



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
MICROEMPRESA DE CATERING Y EVENTOS EN EL CANTÓN
RUMIÑAHUI, PROVINCIA DE PICHINCHA, AÑO 2022.”**

Trabajo de Integración Curricular

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADA EN FINANZAS

AUTORA:

ALEXANDRA ROCIO MOROMENACHO CHACHA

Riobamba – Ecuador

2023



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
MICROEMPRESA DE CATERING Y EVENTOS EN EL CANTÓN
RUMIÑAHUI, PROVINCIA DE PICHINCHA, AÑO 2022.”**

Trabajo de Integración Curricular

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADA EN FINANZAS

AUTORA: ALEXANDRA ROCIO MOROMENACHO CHACHA

DIRECTOR: ING. PhD. KATHERINE ELIZABETH SANDOVAL ESCOBAR

Riobamba – Ecuador

2023

©2023, Alexandra Rocio Moromenacho Chacha

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Yo, Alexandra Rocio Moromenacho Chacha, declaro que el presente Trabajo de Integración Curricular es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autor asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este Trabajo de Integración Curricular; el patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 31 de Octubre del 2023



Alexandra Rocio Moromenacho Chacha
C.I: 172715344-5

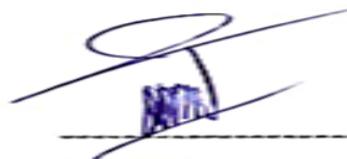
ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

El Tribunal del Trabajo de Integración Curricular certifica que: El Trabajo de Integración Curricular; tipo: Proyecto de Investigación, “**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE CATERING Y EVENTOS EN EL CANTÓN RUMIÑAHUI, PROVINCIA DE PICHINCHA, AÑO 2022.**”, realizado por la señorita **ALEXANDRA ROCIO MOROMENACHO CHACHA**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Integración Curricular, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

FIRMA

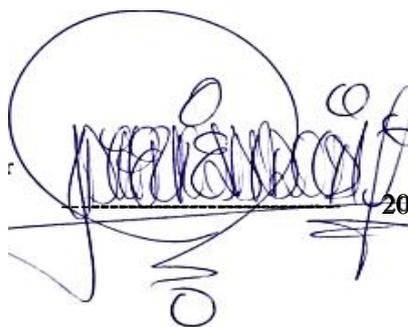
FECHA

Mgs. Olga Maritza Rodríguez Ulcuango
PRESIDENTA DEL TRIBUNAL



2023-10-31

PhD. Katherine Elizabeth Sandoval Escobar
**DIRECTORA DEL TRABAJO DE
INTEGRACIÓN CURRICULAR**



2023-10-31

Ing. Ángel Eduardo Rodríguez Solarte
**ASESOR DEL TRABAJO DE
INTEGRACIÓN CURRICULAR**



2023-10-31

DEDICATORIA

Dedico mi presente trabajo de titulación, especialmente a Dios, por tal razón fue quien me brindo salud, vida y sabiduría para afrontar mi ciclo de formación como profesional. Así mismo a mis padres Luis Moromenacho y Roció Chacha, quienes fueron los pilares fundamentales para poder lograr uno de mis objetivos, y así poder ser el orgullo como hija. También dedico mi trabajo a mis Herman@s Jessy, David, Diego y Iván quienes, mediante mensajes, llamadas y actos de amor me hicieron sentir importante y darme fuerza a la distancia para poder culminar y mis sobrin@s por cada aliento de fortaleza. En si dedico a toda mi familia porque con sus oraciones, consejos y palabras de aliento hicieron de mí una mejor persona, una mujer fuerte y de una u otra forma me acompañan a cumplir cada uno de mis objetivos. Por otro lado, también dedico mi Trabajo de Titulación a Erick Fernández mi novio, quien fue parte fundamental y esencial en este proceso, por el amor, paciencia brindada cada día. Este logro es muy importante y valioso para mí, por tal motivo como un día le dije si algún momento llego a terminar mi tesis será por ti, para ti y para las personas que me acompañaron en este largo proceso

“Es la hora de partir, la dura y fría hora que la noche sujeta a todo horario.” (Pablo Neruda)

Alexandra

AGRADECIMIENTO

Agradecida de haberme formado en una prestigiosa institución como es la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, en especial a la Facultad de Administración de Empresas, en la Carrera de Finanzas, a los docentes quienes han conformado parte de mi aprendizaje durante el ciclo universitario.

Alexandra

TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS	xii
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xv
ÍNDICE DE ANEXOS	xvii
RESUMEN.....	xviii
ABSTRACT	xix
INTRODUCCIÓN	1

CAPÍTULO I

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	3
1.1. Planteamiento del problema.....	3
1.2. Objetivos	4
1.2.1. <i>Objetivo general</i>	4
1.2.2. <i>Objetivos específicos</i>.....	4
1.3. Justificación	5
1.4. Hipótesis o pregunta de investigación	5

CAPITULO II

2. REFERENCIAS TEÓRICAS	6
2.1. Antecedentes investigativos	6
2.2. Fundamentación teórica	8
2.2.1. <i>Proyecto</i>	8
2.2.2. <i>Tipos de proyectos</i>	8
2.2.3. <i>Proyecto de inversión</i>	8
2.2.4. <i>Importancia del proyecto</i>	9
2.2.5. <i>Etapas de un proyecto</i>	9
2.2.6. <i>Factibilidad</i>.....	11
2.2.6.1. <i>Definición de estudio de factibilidad</i>	11
2.2.6.2. <i>Objetivos de un estudio de factibilidad</i>	11
2.2.6.3. <i>Tipos de factibilidad</i>.....	12
2.2.7. <i>Estudio de mercado</i>	13
2.2.7.1. <i>Estructura de mercado</i>.....	13
2.2.7.2. <i>Segmentación de mercado</i>.....	13

2.2.7.3.	<i>Elementos del estudio de mercado</i>	13
2.2.8.	<i>Demanda</i>	14
2.2.8.1.	<i>Análisis de la demanda</i>	14
2.2.9.	<i>Oferta</i>	15
2.2.9.1.	<i>Análisis de la oferta</i>	16
2.2.10.	<i>Diferencia oferta y demanda</i>	16
2.2.11.	<i>Marketing mix</i>	16
2.2.12.	<i>Catering</i>	17
2.2.12.1.	<i>Tipos de catering</i>	18
2.2.13.	<i>Marco Legal</i>	20
2.2.14.	<i>Estudio técnico</i>	20
2.2.15.	<i>Estudio administrativo</i>	21
2.2.15.1.	<i>Organigrama</i>	21
2.2.16.	<i>Estudio financiero</i>	21
2.2.17.	<i>Inversiones del proyecto</i>	21
2.2.17.1.	<i>Inversión inicial</i>	21
2.2.17.2.	<i>Inversión fija</i>	22
2.2.17.3.	<i>Inversión diferida</i>	22
2.2.17.4.	<i>Capital de trabajo inicial</i>	22
2.2.17.5.	<i>Inversión total</i>	23
2.2.18.	<i>Flujo de efectivo</i>	23
2.2.19.	<i>Rentabilidad del proyecto</i>	23
2.2.20.	<i>Valor actual neto (VAN)</i>	23
2.2.21.	<i>Tasa interna de retorno (TIR)</i>	24

CAPITULO III

3.	MARCO METODOLOGICO	26
3.1.	Idea a defender	26
3.1.1.	<i>Variable Independiente</i>	26
3.1.2.	<i>Variable Dependiente</i>	26
3.2.	Enfoque	26
3.2.1.	<i>Enfoque cualitativo</i>	26
3.2.2.	<i>Enfoque cuantitativo</i>	26
3.3.	Diseño	27
3.3.1.	<i>Investigación no experimental</i>	27
3.4.	Tipos	27

3.5.	Métodos	28
3.5.1.	<i>Método inductivo</i>	28
3.5.2.	<i>Método deductivo</i>	28
3.5.3.	<i>Método descriptivo</i>	28
3.6.	Población y Muestra	28
3.6.1.	<i>Técnicas</i>	29
3.6.2.	<i>Instrumentos</i>	30

CAPITULO IV

4.	MARCO DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	31
4.1.	Procesamiento, análisis e interpretación de resultados	31
4.1.1.	<i>Resultados cuantitativos</i>	31
4.1.1.1.	<i>Análisis e interpretación de resultados de la encuesta aplicada a los moradores del Cantón Rumiñahui. Sector Sangolquí.</i>	31

CAPÍTULO IV

5.	MARCO PROPOSITIVO	48
5.1.	ELABORACIÓN DE UN PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA UNA MICROEMPRESA DE CATERING Y EVENTOS EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA, CANTÓN RUMIÑAHUI, AÑO 2022.	48
5.2.	Introducción	48
5.3.	Estudio de mercado	48
5.3.1.	<i>Demanda</i>	48
5.3.2.	<i>Proyección de la demanda</i>	49
5.3.3.	<i>Oferta</i>	49
5.3.4.	<i>Demanda insatisfecha</i>	52
5.4.	Estudio del marketing	53
5.4.1.	<i>Plaza</i>	54
5.4.2.	<i>Producto</i>	54
5.4.2.1.	<i>Características del servicio</i>	55
5.4.2.2.	<i>Servicios de Catering</i>	56
5.4.3.	<i>Precios</i>	58
5.4.3.1.	<i>Analizar precios o tabla de precios</i>	59
5.4.4.	<i>Publicidad</i>	59
5.4.4.1.	<i>Hojas volantes</i>	60

5.4.4.2.	<i>Tarjetas de presentación</i>	62
5.4.4.3.	<i>Redes sociales</i>	62
5.5.	Estudio administrativo	62
5.5.1.	Constitución compañías de responsabilidad limitada	62
5.5.1.1.	<i>Empresa de responsabilidad limitada</i>	62
5.5.2.	Creación de filosofía corporativa	67
5.5.2.1.	<i>Nombre de la microempresa</i>	67
5.5.2.2.	<i>Eslogan</i>	67
5.5.2.3.	<i>Logo tipo</i>	67
5.5.2.4.	<i>Misión</i>	67
5.5.2.5.	<i>Visión</i>	68
5.5.2.6.	<i>Principios</i>	69
5.5.2.7.	<i>Valores</i>	70
5.5.2.8.	<i>Políticas</i>	70
5.5.2.9.	<i>Objetivos estratégicos</i>	71
5.5.2.10.	<i>Metas</i>	72
5.5.2.11.	<i>Creación del organigrama</i>	73
5.5.2.12.	<i>Propuesta del manual de funciones</i>	73
5.6.	Estudio técnico	77
5.6.1.	Localización óptima del proyecto	77
5.6.1.1.	<i>Macro Localización</i>	77
5.6.1.2.	<i>Micro localización</i>	78
5.6.2.	Determinación óptima del tamaño de la planta	79
5.6.3.	Capacidad instalada	79
5.6.3.1.	<i>Capacidad instalada para graduación</i>	79
5.6.3.2.	<i>Capacidad instalada para bodas</i>	79
5.6.3.3.	<i>Capacidad instalada para bautizo/primer comunión/confirmación</i>	80
5.6.3.4.	<i>Capacidad instalada para Quinceaños/cumpleaños/ baby shower</i>	80
5.6.3.5.	<i>Capacidad instalada para reuniones familiares</i>	80
5.6.3.6.	<i>Capacidad instalada para Reuniones de trabajo</i>	81
5.6.3.7.	<i>Distribución de la planta</i>	82
5.6.4.	Ingeniería de proyecto	83
5.6.4.1.	<i>Servicio- proceso</i>	83
5.6.4.2.	<i>Diagrama de flujo</i>	83
5.7.	Estudio ambiental	87
5.8.	Estudio financiero	88
5.8.1.	Inversiones iniciales	88

5.8.2.	<i>Inversión fija</i>	88
5.8.3.	<i>Inversión diferida</i>	89
5.8.4.	<i>Capital de trabajo</i>	90
5.8.5.	<i>Resumen de la inversión</i>	90
5.8.6.	<i>Costos de producción</i>	91
5.8.7.	<i>Punto de equilibrio</i>	93
5.8.8.	<i>Gastos administrativos</i>	93
5.8.9.	<i>Gastos de ventas</i>	94
5.8.10.	<i>Gastos financieros</i>	95
5.8.11.	<i>Financiamiento</i>	95
5.8.12.	<i>Ingresos</i>	96
5.8.13.	<i>Estado de resultados</i>	97
5.8.14.	<i>Balance general</i>	98
5.8.15.	<i>Flujo neto del efectivo</i>	100
5.9.	Evaluación Económica -Financiera	101
5.9.1.	<i>Valor Actual Neto</i>	101
5.9.2.	<i>Tasa Interna de Retorno</i>	101
5.9.3.	<i>Periodo de Recuperación de la Inversión</i>	102
5.9.4.	<i>Relación Beneficio Costo</i>	103
CONCLUSIONES		104
RECOMENDACIONES		105
BIBLIOGRAFÍA		
ANEXOS		

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 4-1:	Genero – Sexo de encuestados.....	31
Tabla 4-2:	Rango de edad.....	33
Tabla 4-3:	Ingresos mensuales	34
Tabla 4-4:	Utilización del servicio de catering y eventos	35
Tabla 4-5:	Adquirir un servicio de catering para algún evento de su entorno social o familiar.	36
Tabla 4-6:	¿En qué tipo de evento utilizará el servicio de Catering y Eventos?	37
Tabla 4-7:	Día de preferencia para realizar un evento.....	38
Tabla 4-8:	Conoce usted de algún lugar que ofrezca un servicio de catering de eventos en el Cantón Rumiñahui.	39
Tabla 4-9:	Medios donde le gustaría obtener información sobre el servicio de catering y eventos.	40
Tabla 4-10:	Forma de pago del servicio.	41
Tabla 4-11:	Factores que considera relevantes al momento de contratar un servicio de catering y desarrollo de eventos.....	42
Tabla 4-12:	Tipos de comida que prefiere en sus eventos	43
Tabla 4-13:	Lugar de preferencia para realizar sus eventos	44
Tabla 4-14:	Cuánto estaría dispuesto a cancelar por el servicio de catering – por persona	45
Tabla 4-15:	Cuanto estaría dispuesto a cancelar por el servicio de desarrollo de eventos – por persona	46
Tabla 4-16:	Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de catering más el servicio de desarrollo de eventos -por persona)	47
Tabla 5-1:	Proyección de la demanda	49
Tabla 5-2:	Proyección de la oferta para graduación	50
Tabla 5-3:	Proyección de oferta para bodas	50
Tabla 5-4:	Proyección de oferta para bautizo/primer comunión/confirmación	51
Tabla 5-5:	Proyección de oferta de para Quinceaños/cumpleaños/ baby shower.....	51
Tabla 5-6:	Proyección de oferta para reuniones familiares	51
Tabla 5-7:	Proyección de la oferta para Reuniones de trabajo	52
Tabla 5-8:	Demanda insatisfecha para graduación.....	52
Tabla 5-9:	Demanda insatisfecha para bodas	52
Tabla 5-10:	Demanda insatisfecha para bautizo/primer comunión/confirmación	52
Tabla 5-11:	Demanda insatisfecha para Quinceaños/cumpleaños/ baby shower	53
Tabla 5-12:	Demanda insatisfecha para reuniones familiares	53

Tabla 5-13:	Demanda insatisfecha para Reuniones de trabajo.....	53
Tabla 5-14:	Servicio de catering.....	56
Tabla 5-15:	Tipos de publicidad.....	60
Tabla 5-16:	Requisitos del RUC.....	63
Tabla 5-17:	Requisitos de la patente municipal.....	63
Tabla 5-18:	Requisitos de funcionamiento del cuerpo de bomberos.....	64
Tabla 5-19:	Requisitos de compatibilidad de uso del suelo	64
Tabla 5-1:	Requisitos de licencia anual de funcionamiento	65
Tabla 5-21:	Permiso sanitario.....	65
Tabla 5-22:	Permiso para la instalación de publicidad externa	66
Tabla 5-23:	Preguntas para ejecución la misión	68
Tabla 5-24:	Preguntas para ejecución de la visión	68
Tabla 5-25:	Políticas.....	70
Tabla 5-26:	Metas.....	72
Tabla 5-27:	Manual de funciones del gerente	73
Tabla 5-28:	Manual de funciones del área financiera.....	74
Tabla 5-29:	Manual de funciones del jefe de producción y eventos	75
Tabla 5-30:	Manual de funciones Chef	76
Tabla 5-31:	Capacidad instalada para graduación.....	79
Tabla 5-32:	Capacidad instalada para bodas	80
Tabla 5-33:	Capacidad instalada para bautizo/primer comunión/confirmación	80
Tabla 5-34:	Capacidad instalada para Quinceaños/cumpleaños/ baby shower	80
Tabla 5-35:	Capacidad instalada para reuniones familiares	81
Tabla 5-36:	Capacidad instalada para Reuniones de trabajo.....	81
Tabla 5-37:	Tamaño óptimo de la planta.....	81
Tabla 5-38:	Materiales.....	86
Tabla 5-39:	Inversión fija	89
Tabla 5-40:	Inversión diferida	89
Tabla 5-41:	Capital de trabajo	90
Tabla 5-42:	Resumen de la inversión	90
Tabla 5-43:	Costos de producción	92
Tabla 5-44:	Punto de equilibrio.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 5-45:	Gastos administrativos	94
Tabla 5-46:	Gasto de ventas	94
Tabla 5-47:	Gastos financieros	95
Tabla 5-48:	Financiamiento.....	95
Tabla 5-49:	Tabla de amortización.....	95

Tabla 5-50:	Ingresos	97
Tabla 5-51:	Estado de resultados.....	98
Tabla 5-52:	Balance General	99
Tabla 5-53:	Flujo neto del efectivo	100
Tabla 5-54:	Determinación de tasa de descuento	101
Tabla 5-55:	Valor actual neto	101
Tabla 5-56:	Periodo de recuperación de la inversión	102
Tabla 5-57:	Relación beneficio Costo	103

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 2-1:	Etapas de proyecto	10
Ilustración 2-2:	Estudio de factibilidad.....	11
Ilustración 2-3:	Marketing Mix - Las 4 P's.....	17
Ilustración 4-1:	Genero de encuetados en porcentaje	31
Ilustración 4-2:	Genero de encuestados en porcentaje.....	33
Ilustración 4-3:	Ingresos de los encuestados.....	34
Ilustración 4-4:	Utilización del servicio de catering	35
Ilustración 4-5:	Aadquirir un servicio de catering para algún evento de su entorno social o familiar	36
Ilustración 4-6:	En qué tipo de evento utilizaría este servicio	37
Ilustración 4-7:	Dia de preferencia para realizar un evento.....	38
Ilustración 4-8:	Conce usted de algún lugar que ofrezca un servicio de catering de eventos en el Cantón Rumiñahui.....	39
Ilustración 4-9:	Medios donde le gustaría obtener información sobre el servicio de catering y eventos.....	40
Ilustración 4-10:	Forma de pago utilizaría para acceder al servicio de catering y desarrollo de eventos.....	41
Ilustración 4-11:	Factores que considera relevantes al momento de contratar un servicio de catering y desarrollo de eventos.	42
Ilustración 4-12:	Tipos de comida que prefiere en sus eventos.	43
Ilustración 4-13:	Lugar de preferencia para realizar eventos.....	44
Ilustración 4-14:	Cuánto estaría dispuesto a cancelar por el servicio de catering – por persona.	45
Ilustración 4-15:	Cuánto estaría dispuesto a cancelar por el servicio de desarrollo de eventos – por persona	46
Ilustración 4-16:	Cuánto estaría dispuesto a cancelar por el servicio de catering más el desarrollo de eventos – por persona	47
Ilustración 5-1:	Canales de distribución	54
Ilustración 5-2:	Servicio de Catering y eventos.....	55
Ilustración 5-3:	Platos a la carta.....	57
Ilustración 5-4:	Postres	58
Ilustración 5-5:	Bebidas	58
Ilustración 5-6:	Afiche.....	61
Ilustración 5-7:	Tarjeta de presentación.....	62

Ilustración 5-8:	Publicidad en redes sociales	62
Ilustración 5-9:	Logo tipo	67
Ilustración 5-10:	Principios.....	69
Ilustración 5-11:	Valores	70
Ilustración 5-12:	Organigrama estructural	73
Ilustración 5-13:	Macro localización	77
Ilustración 5-14:	Micro localización.....	78
Ilustración 5-15:	Distribución de planta	82
Ilustración 5-16:	Flujograma de prestación del servicio.....	84
Ilustración 5-17:	Proceso de elaboración de comida	85
Ilustración 5-18:	Reciclaje – Empresa Catering	88

ÍNDICE DE ANEXOS

- ANEXO A:** PROFORMAS DE INVERSIONES FIJAS
- ANEXO B:** PROFORMA DE INVERSIÓN DIFERIDA
- ANEXO C:** PROFORMA DE CAPITAL DE TRABAJO
- ANEXO D:** ROL DE PAGOS
- ANEXO E:** FORMATO DE ENCUESTA A LOS HABITANTES

RESUMEN

El proyecto de factibilidad para la creación de una microempresa de Catering y Eventos en el Cantón Rumiñahui, Provincia de Pichincha, Año 2022, con el objetivo de conocer su viabilidad y a su vez desarrollar una economía de gran importancia en el desarrollo local. Para el desarrollo se considera un análisis minucioso de las técnicas e instrumentos que fueron fundamentados en encuestas a la población lo que ayudó a determinar que la idea de proponer el servicio de catering es beneficio y tiene una aceptación considerable; asumiendo así que la ciudad de Sangolquí tiene una aceptación de 67,85% del total de los 58.254 habitantes. Al desarrollar el proyecto se analiza demanda, oferta y demanda insatisfecha lo que determina que la futura empresa debe plasmar estrategias de mercado que ayude a tomar decisiones que sean oportunas para dar a conocer el emprendimientos para ello es necesario realizar una estructuración organizacional adecuado de acorde a las funciones empresariales que estén enfocados en la construcción de la misión, visión, valores, políticas institucionales con un debido manual de funciones donde estén articulados con procesos detallados y por ende se analizó los costos y gastos construyendo un adecuado proceso contable donde se analiza la viabilidad del proyecto siendo factible y de forma que este se puede aplicar, ya que se obtuvo mediante el cálculo del Valor Actual Neto (VAN) un importe de \$ 19.236,82, el cálculo de la Tasa Interna de Retorno (TIR) es de 30,09%, por otro lado, tenemos el cálculo de la Relación Beneficio Costo (RBC) de \$1,29, y finalmente un Período de Recuperación de la Inversión (PRI) de 3 años 6 mes de tal modo que el proyecto del servicio de catering se puede poner en marcha con estrategias de publicidad, promoción y descuentos adecuados, para de esta forma alcanzar los objetivos de mercado y posicionarse con o una empresa líder en el mercado, con el fin de satisfacer sus requerimiento y necesidades los que ayuden hacer competitivos en el desarrollo local.

Palabras clave: <PROYECTO>, <ESTRATÉGICAS>, <CALIDAD>, <POBLACIÓN OBJETIVA>, <FACTIBILIDAD>, <RENTABILIDAD>, <PROCESOS>.

1983-DBRA-UPT-2023



ABSTRACT

The feasibility project for the creation of a Catering and Events microenterprise in the Rumiñahui Canton, Province of Pichincha, Year 2022, with the objective of knowing its viability and at the same time developing an economy of great importance in the local development. For the development, a thorough analysis of the techniques and instruments that were based on surveys to the population was considered, which helped to determine that the idea of proposing the catering service is beneficial and has a considerable acceptance; assuming that the city of Sangolquí has an acceptance of 67.85% of the total of 58,254 inhabitants. In developing the project, demand, supply and unsatisfied demand are analyzed, which determines that the future company must develop market strategies that help to make timely decisions to publicize the enterprise, for this it is necessary to carry out an adequate organizational structuring according to the business functions that are focused on the construction of a mission, vision, vision, value, institutional policies with a proper manual of functions where they are articulated with detailed process and therefore the costs and expenses were analyzed building an adequate accounting process where the feasibility of the project is analyzed being feasible and in a way that this can be applied, since it was obtained by calculating the Net Present Value (NPV) an amount of \$ 19.236.82, the calculation of the Internal Rate of Return (IRR) is 30.09%, on the other hand, we have the calculation of the Benefit Cost Ratio (BCR) of \$1.29, and finally an Investment Recovery Period (IRP) of 3 years 6 month so that the catering service project can be implemented with advertising strategies, promotion and appropriate discounts, in order to achieve the market objectives and position itself as a leading company in the market, in order to meet their requirements and needs that help to make them competitive in local development.

Key words: <PROJECT>, <STRATEGIC>, <QUALITY>, <OBJECTIVE>, <SPECIFICATION>, <FITABILITY>, <COST-EFFECTIVENESS>, <COST-EFFECTIVENESS>, <PROCESSES>.



LIC.VIVIANA YANEZ MSC

0201571411

1983-DBRA-UPT-2023

INTRODUCCIÓN

La palabra catering según (Ortega, 2021) significa ofrecer un servicio profesional y especializado en la organización y suministro externo de alimentos y bebidas, para un grupo de personas en un lugar determinado. Además, proporcionan servicios de mantelería, camareros, cocineros y personal de limpieza.

Servicio de Catering según (Lomelio, 2017) revela que al efectuar diversos estudios demuestran que su origen se remonta al cuarto milenio a.c en China, donde las autoridades proveían de alimentos de forma gratuita. Con el paso del tiempo este servicio se fue haciendo común en el resto Asia, a lo largo del recorrido de la Ruta de la Seda y las Especias, llegando a un punto de que comenzaron a cobrar por él.

Avanzados los siglos, y situados en la Edad Media, los monjes de los monasterios ofrecen servicios de catering a los cristianos que estaban llevando a cabo peregrinaciones, produciendo una expansión de la restauración en todo el continente europeo.

Finalmente, llegando a nuestros días, en el siglo XIX, Alexis Soyer, utilizó una caldera caliente para mantener la comida caliente, para que posteriormente en el mundo de la aviación, comenzará a generalizarse el uso del término inglés catering.

Los servicios de catering se han ido desarrollando según el pasar del tiempo; en la actualidad es muy normal puesto que sirve tanto para una reunión sencilla en casa, como para un evento de una empresa multinacional.

En muchas ocasiones se cree que los servicios de catering están directamente encaminados a empresas o para grandes festividades familiares como bodas, bautizos y más. Sin embargo, este servicio puede ser una gran opción para cualquier tipo de celebración o reunión sin condición alguna, por ende, al crear una microempresa de catering y eventos se procura ofrecer un servicio de tiempo completo para ofrecer un menú de alimentos originales y exquisitos.

De tal manera el presente proyecto tiene un desarrollo donde recopilará información en cuanto a un estudio de mercado, estudio técnico y financiero, respecto a ello, nos daremos cuenta si podrá ser posible tomar esta decisión con respecto al “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE CATERING Y EVENTOS EN EL CANTÓN

RUMIÑAHUI, PROVINCIA DE PICHINCHA, AÑO 2022”, mismo que se establecerá para investigar el impacto que ostentará tanto en el ámbito social y económico.

Las fases que se desarrollan en la investigación para determinar la viabilidad del proyecto, su desarrollo y más, existen cinco capítulos:

Capítulo I.- el planteamiento del problema ayuda a conocer los problemas que asecha para implementar el estudio de mercado de forma oportuna y correcta para ello se plantea objetivos de investigación que analizan en cada una de las fases del desarrollo e impacto del análisis.

Capítulo II.- el marco teórico se convierte en una guía adecuada de análisis de las bibliografías relacionadas con el tema de investigación, aclarando las diferentes dudas para el desarrollo del proyecto de factibilidad, esto se enfoca a un esquema concreto de cómo debemos aplicar el estudio de la misma.

Capítulo III.- el marco metodológico se desarrolla por métodos, técnicas e instrumentos que se ocupan para el desarrollo de la investigación estos deben ser claros y precisos, con la finalidad de que ayuden al análisis de cada una de las fases del proyecto.

Capítulo IV.- se analiza la encuesta que fue aplicada a la población del Cantón Rumiñahui, teniendo en cuenta que se consideró la PEA, donde son personas que están relacionadas con la economía. Es decir, misma que nos exteriorizo mediante la encuesta realizada la aceptación de la utilización de servicio con un 67,4% y los que están dispuestos a consumir el 74,4%.

Capítulo V.- el marco propositivo se enfoca en analizar los pasos del estudio de mercado donde se conoce la demanda, oferta y demanda insatisfecha, así mismo sus estrategias de comercialización, por otro lado, también se debe tener en cuenta el estudio técnico que detalla los procesos y procedimientos empresariales, mediante ello se expone que el proyecto es viable.

CAPÍTULO I

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del problema

El Cantón Rumiñahui pertenece a la Provincia de Pichincha, Ecuador, posee una extensión de 139 km². Sangolquí es cabecera cantonal del Cantón Rumiñahui en la provincia de Pichincha, constituye la segunda urbe más poblada cuya fecha de cantonización es el 31 de mayo celebrándose desde 1938 (Municipio de Rumiñahui , 2021).

De acuerdo con la disponibilidad de la información censal, a partir de 1990; el cantón Rumiñahui abarcaba un total de 41301 habitantes, de los cuales 17830 correspondían a hombres y 23471 a mujeres. Para el año 2001 la población de hombres asciende a 32275, mientras que el de las mujeres se aproxima a 33607. Siguiendo este mismo orden para el año 2010 la población masculina dentro del cantón está representada por 41917 y la población femenina abarca un total de 43935.

El Cantón Rumiñahui, localizado a escasos 20 minutos de Quito, es un destino turístico por excelencia. Se trata de un escenario mágico y multicolor que ofrece una extraordinaria gama de atractivos naturales complementados con el arte, la cultura, la gastronomía, pero fundamentalmente con la bondad y la hospitalidad de los rumiñahuenses. En esta zona se puede gozar de un clima agradable, hermosos paisajes adornados con bosques y cascadas. Una gran atracción turística es el Sendero Ecológico del río Pita, que es parte de la Ruta de los Volcanes, y permite a los visitantes disfrutar de la generosidad de la naturaleza, en medio de imponente flora y fauna propia de la región andina. Aquí se puede encontrar áreas de camping, restaurantes y servicios de guías.

La reserva ecológica Rumi bosque, matizada por los cantos de los colibríes, mirlos, tangaras y pavas de monte, inundan el aire cálido y húmedo, donde se encuentran tres hermosas cascadas: Pailón del Oro, Surohuaico y Yumbita. Aquí se puede practicar bicicleta de montaña, senderismo, cabalgatas y descensos por cascadas.

En septiembre se celebran las "Fiestas del Maíz y del Turismo", que tienen lugar en la parroquia de Sangolquí. Aquí se disfruta del desfile del chagra, la quema de chamizas, juegos pirotécnicos, toros de pueblo y puede saborear el delicioso hornado de cerdo.

Su gastronomía típica es el hornado, cuy con papas, mote con chicharrón, fritada con llapingachos, caldo de gallina, caldo de patas, seco de gallina, entre otros. En entorno a ello se le Sangolquí es considerada como la "Capital Mundial del Hornado" (Gestión de Comunicación MA, 2017).

Según (Reinoso & Armijos, 2020) “La población económicamente activa, “la PEA en el cantón Rumiñahui corresponde a 41.266 personas mayores de 10 años por tipo de actividad. El 56,66% corresponden a hombres y el 43,34% a mujeres.” (pág. 5).

En la actualidad en la Provincia de Pichincha, ciudad de Quito existen varias empresas prestadoras de servicios de catering, las cuales no están bien direccionadas, lo que implica que todas llevan una misma metodología de trabajo y no ofrecen un valor agregado al cliente. De seguir con la demanda insatisfecha de este tipo de servicios, el proyecto tendrá un mercado que será cubierto por competidores que ofrecen servicios similares, lo cual conlleva a que el consumidor opte por adquirir servicios que no satisfacen por completo sus necesidades. Por lo tanto, para la creación de una empresa prestadora de servicios de catering en el cantón se deberá conocer la demanda insatisfecha, con lo cual por medio de un valor agregado estaremos por encima de la competencia ya sea indirecta o directa.

En lo referente a empresas hoteleras que cuenta con hoteles, hostales y hosterías, que brindan el servicio de hospedaje, restaurante y algunas de ellas el servicio de organización de eventos. Con relación a empresas de catering, cabe recalcar que es muy escaso el servicio, razón por la cual los habitantes de la ciudad deben contratar dicho servicio de otros lugares.

Por tal propuesta, la microempresa formará el servicio de catering y eventos, que contendrá diversas clases de comida, mantelería, cristalería, cubiertos, servicio camareros. Por tal razón este proyecto será la iniciación empresarial para que en la ciudad de Sangolquí posea un servicio de banquetes que pueda atender la demanda existente, ofreciendo un servicio de calidad.

1.2. Objetivos

1.2.1. *Objetivo general*

Desarrollar el proyecto de factibilidad para la creación de una microempresa de Catering y Eventos en el Cantón Rumiñahui, Provincia de Pichincha, Año 2022.

1.2.2. *Objetivos específicos*

- Desarrollar la fundamentación teórica que sustentará el tema y la metodología de la investigación.
- Efectuar un estudio de mercado que permita conocer las características, necesidades actuales y comportamiento en el Cantón Rumiñahui del mercado objetivo.
- Determinar la Factibilidad del proyecto por medio de los indicadores financieros: Valor Actual Neto (VAN) y Tasa Interna de Retorno (TIR).

1.3. Justificación

El cantón Rumiñahui pese a ser un cantón pequeño de la provincia de Pichincha, en referencia a la competencia para una microempresa de Catering y Eventos ha crecido cuantiosamente, asumiendo según fuentes confiables del sector y entre ello como habitante oriundo, existe un porcentaje formidable con empresas ya existentes, que no satisfacen las necesidades de los consumidores, es decir, son empresas de catering y eventos, que ofrecen un servicio común, nada novedoso ni atractivo. Al igual también que dicha idea de crear la mencionada microempresa tiene como objetivo principal generar fuentes de empleo para la ciudadanía en general. Dotado de circulante en la economía del Cantón existe la necesidad latente de crear una microempresa de catering y eventos con dirección hacia la satisfacción del cliente, es decir cumpliendo todas sus expectativas en su totalidad al brindar un servicio de calidad integral.

Al hablar de desarrollo microempresarial 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.

Por ello, se conseguirá obtener resultados asentados en información real donde se permita dar una perspectiva más objetiva posible por medio de la consumación de las herramientas existentes necesarias para la recolección de información.

1.4. Hipótesis o pregunta de investigación

¿Como el proyecto de factibilidad para la creación de una Microempresa de Catering y eventos en el Cantón Rumiñahui maximizará la rentabilidad de la microempresa?

CAPITULO II

2. REFERENCIAS TEÓRICAS

Para conocer la factibilidad para la creación de una microempresa de catering y eventos en el cantón Rumiñahui, se ha realizado la revisión de investigaciones relacionadas al tema de estudio, con el fin de conocer las metodologías que servirán de guía y sustento para el desarrollo del presente trabajo. A continuación, presentaremos el autor, resumen y las conclusiones de cada tema similar.

2.1. Antecedentes investigativos

Tema 1: “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”

Fecha de publicación: 2016

Editorial: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo

Según (Tanguila D. , 2016) en su investigación correspondiente 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 inductivo – deductivo y descriptivo, con una población total de 76113 personas (PEA de Riobamba), con una muestra de 384 personas a ser encuestadas.

En 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).

Tema 2: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CATERING EN LA CIUDAD DE CAYAMBE, PROVINCIA DE PICHINCHA.

Fecha de publicación: 2014

Editorial: Universidad De Las Fuerzas Armadas Espe

Según (Lema, 2014) en su investigación de titulación hace referencia a que el Cantón Cayambe ha experimentado un continuo crecimiento con el desarrollo de empresas florícolas en los últimos 30 años, lo cual se ha enmarcado en un profundo cambio social, cultural y económico en la población, propiciando la creación de empresas y negocios en el sector, generando así fuentes de trabajo para el sustento de cientos de hogares. Por tanto, se establece la factibilidad para el desarrollo del presente proyecto para la creación de una Empresa de Catering, la cual brindará un servicio diferenciado para eventos de carácter social y corporativo, dirigido a empresas y consumidores en general.

De acuerdo con los resultados del presente estudio se determina que el Servicio de Catering, se caracteriza por la preparación de alimentos y bebidas dentro de un concepto de exclusividad y distinción en cada detalle tanto en el menú, la vajilla, mantelería, decoración, la posición de diferentes elementos que forman parte del concepto de la organización de eventos sociales y corporativos, dando un valor agregado al servicio.

Tema 3: PLAN DE NEGOCIOS PARA EL LANZAMIENTO DE UNA EMPRESA DE CATERING Y EVENTOS EN LA CIUDAD DE MACHALA

Fecha de publicación: 2018

Editorial: Universidad Técnica De Machala

Según (Nagua, 2018), La presente investigación tiene como título “Plan de negocios para el lanzamiento de una empresa de catering y eventos en la Ciudad de Machala”, está enfocado en la organización y estructura para implementar una empresa de servicio de catering y eventos para la población de la Ciudad de Machala. Es un proyecto innovador, reúne todos los servicios que puede brindar una empresa con paquete completo donde el cliente ahorre tiempo de buscar los servicios en diferentes lugares. La empresa realiza la contratación y se encarga de realizar todo el evento según las necesidades y exigencias del cliente. El objetivo es diseñar un plan de negocios para la creación de una empresa que brinde los servicios de catering y eventos para la población de la Ciudad de Machala. La propuesta se realizó mediante un estudio de mercado que analizo las necesidades de los consumidores del servicio a brindar donde se obtuvo la aceptación de los usuarios garantizando la factibilidad y rentabilidad para implementar en el mercado un plan de negocios acorde a las necesidades.

El estudio evidenció que la población de la ciudad de Machala hace uso de servicio de catering, esto indica que la empresa podrá aplicar las mejores estrategias de marketing para atraer su mercado. El público identificado de mayor aceptación es la población comprendida entre 25 y 50 años según la investigación que representa un 44% de aceptación al servicio y un 33% está entre 20 y 24 años de edad propicios para adquirir el servicio de catering y eventos en la Ciudad de Machala. El 54% de los ciudadanos si ha contratado el servicio de catering y eventos en una escala de 4 medio alto.

2.2. Fundamentación teórica

2.2.1. Proyecto

Consiste en formar un conjunto de actividades coordinadas de manera que se pueda analizar la información y poder alcanzar los resultados deseados considerando el presupuesto y tiempo para desarrollarlo de manera eficiente (Contreras, 2020).

Cabe insistir que un proyecto en sí es una técnica que indagación recopilar, crear y estudiar de forma metodología un conjunto de antecedentes económicos que accedan calificar cualitativa y cuantitativamente las ventajas y desventajas de establecer recursos a una fija iniciativa.

2.2.2. Tipos de proyectos

Los tipos de proyectos más conocidos son los sucesivos:

- Proyectos de inversión
- Proyectos de vida
- Proyectos sociales
- Proyectos de construcción
- Proyectos de innovación
- Proyectos de investigación

2.2.3. Proyecto de inversión

Los proyectos de inversión se refieren a la planificación de un estudio de viabilidad económica y financiera para la ejecución de alguna empresa de bienes o servicios. Alcanzando lo establecido, se presenta algunas enunciaciones:

El proyecto permitirá brindar solución a la problemática a través de una adecuada utilización de los recursos con los que cuenta la organización, para poder implementar el proyecto es necesario destallar en un documento todos los estudios realizados para invertir ya que lo que se pretende en todo negocio es adquirir ganancias y a la vez generar rentabilidad económica (Graterol, 2016).

Según corrobora (Orellana, 2020) “para realizar el proyecto es necesario contar con los recursos necesarios que permitan que el proyecto sea ejecutado, viable y sobre todo proporcione rentabilidad considerando los aspectos técnicos, ambientales, administrativos, sociales y jurídicos a los que se enfrenta la empresa”.

2.2.4. *Importancia del proyecto*

Un proyecto es fundamental ya que no se puede tomar decisiones sin realizar estudios preliminares y sin identificar los posibles riesgos, especialmente es oportuno saber cuándo y dónde se va a realizar dicho proyecto, de igual forma tener presente los objetivos organizacionales.

Es preciso definir los objetivos organizacionales para distinguirlos de los viables y los que tienden a ser confusos, por otra parte, la idea de proyecto permite conocer mejor la idea, asimilarla a la realidad y si realmente el proyecto se desarrolla para solucionar una problemática existente. De igual forma el idear los proyectos que se quiere ejecutar es necesario ya que son pensados ante una problemática y se convierte en un desafío al intentar terminar en un tiempo específico y al contar con una cantidad precisa de recursos.

En resumen, podemos decir que la categoría del proyecto es servir de detención y marco objetivo a nuestra idea (Mancuzo, 2020).

2.2.5. *Etapas de un proyecto*

Según (Peréz, 2021). Las etapas de un proyecto son cinco. El ciclo de vida de cualquier proyecto se constituye en torno a cinco fases: inicio, organización, ejecución, seguimiento y cierre, soberanamente de su alcance, objetivo o particularidades. En este manual, representaremos los componentes, el propósito, las actividades y los documentos clave de cada uno que siempre deben estar a mano.

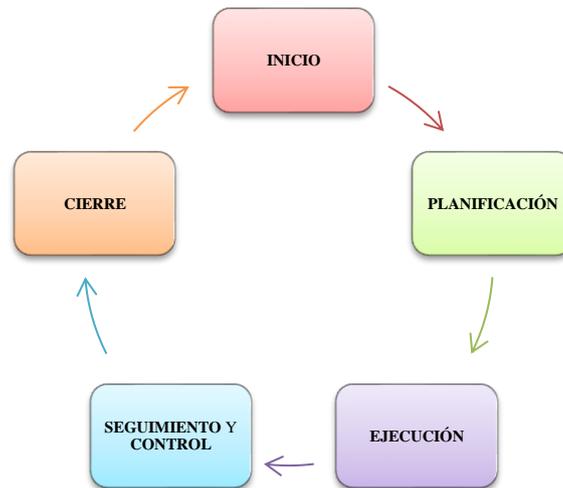


Ilustración 2-1: Etapas de proyecto

Fuente: (Peréz, 2021).

Realizado por: Moramenacho, A. (2023).

Inicio: En el ciclo de vida del proyecto, la fase de inicio es crucial porque es cuando se instituye el alcance del proyecto y se prefiere el equipo. El éxito solo se puede asegurar con un equipo enfocado y un alcance bien definido. Además, este es el momento adecuado para referir a todos los involucrados sobre la visión y pedir su apoyo. Esta publicación explicará cómo el diseño garantiza el éxito de un proyecto social si está interesado en obtener más información.

Planificación: Esta fase es la más difícil ya que el responsable intenta calcular de manera precisa los recursos que va utilizar, así como el talento humano, recursos y el equipo a utilizar durante un tiempo estipulado, considerando los diferentes parámetros para trazar la ruta correcta.

Ejecución: Permite terminar las actividades programadas y sus tareas asociadas en el tiempo previsto y con los recursos estipulados. Para tener más control sobre el progreso y los plazos, es primordial garantizar una comunicación eficaz en esta etapa. Del mismo modo, es fundamental realizar un seguimiento de cómo se manejan los recursos, el dinero y el tiempo.

Seguimiento y control: Comprende de los recursos y procesos necesarios para realizar un seguimiento profundo y monitoreo de las actividades y decisiones tomadas sobre el proyecto en

las diferentes áreas, de igual forma ayuda a identificar desviaciones de capital siendo un recurso importante, de este modo se evita las irregularidades en los proyectos para que sean eficientes al ejecutarlos.

Cierre: La fase permite la orientación del proyecto conforme a sus obligaciones que debe asumir al realizar una planificación hasta que el mismo sea ejecutado.

2.2.6. Factibilidad

2.2.6.1. Definición de estudio de factibilidad

Este tipo de investigación permite a la empresa fijar el proyecto propuesto y viable para emprender de este modo puede ser oportuno ejecutarlos. Además, ayuda a determinar los tipos de tácticas que puede emplear para tener éxito (Quiroa, 2020).



Ilustración 2-2: Estudio de factibilidad
Fuente: (Quiroa, 2020)

2.2.6.2. Objetivos de un estudio de factibilidad

Según (Paguay A. , 2022, pág. 13).

- Conocer si es posible transformar un producto, bien o servicio.
- Estar al corriente si los consumidores lograrán lo propuesto.
- Fijar si el proyecto dará consecuencias positivas o negativas.

2.2.6.3. *Tipos de factibilidad*

Según (Quiroa, 2020) al hacer un correcto estudio de perspectiva se deben discurrir los siguientes tipos de perspectiva:

- Factibilidad operativa

La factibilidad operativa se encarga de analizar el personal que forma parte del proyecto para ello se indaga si cumple con los requisitos, competencias laborales, habilidades entre otros. Por lo tanto, depende de los recursos humanos ya que es la parte fundamental para desarrollar actividades cumpliendo los diversos procesos que conduce a la empresa al cumplimiento de objetivos propuestos.

- Factibilidad técnica

Consiste en realizar una evaluación de la infraestructura diseñada para la ejecución del proyecto de modo que sea oportuna, por otra parte, también se comprueba los conocimientos que posee el personal técnico en las diferentes áreas tales como uso de equipos o softwares.

- Factibilidad económica

Para determinar si un proyecto o negocio es económicamente factible, se debe realizar un análisis exhaustivo de su correspondencia costo-beneficio. Sería mejor renunciar al desarrollo si la evaluación revela que los costos superan los beneficios. Si bien la decisión de llevar a cabo el proyecto se vuelve menos riesgosa si el beneficio prevalece los costos, esto no enreda que no haya riesgos.

- Factibilidad comercial

Determina la posibilidad de comercialización ya que debe existir un número considerable de clientes para que se cumpla lo esperado, por lo tanto, el proyecto ayudara a determinar si es posible aumentar o disminuir los productos a comercializar, a fin de cumplir con las expectativas y necesidades del cliente.

- Factibilidad política y legal

A través de estas políticas y normativas permite distinguir el tipo de proyecto ya que se basa en un análisis de los documentos pertinentes tales como patentes, permisos, entre otros considerados necesarios para su funcionamiento.

- Factibilidad de tiempo

Por último, la factibilidad de tiempo consiente conocer si el tiempo que se tiene planeado para llevar a cabo el proyecto concuerda con el tiempo real que se precisa para poderlo realizar.

2.2.7. Estudio de mercado

Un estudio de mercado es:

Determinar si el bien, servicio o producto que el proyecto pretende producir tiene demanda. Para ello, se debe conocer el mercado, la capacidad, la existencia de bienes confrontables, el rango de precios considerado, las barreras para inscribirse al mercado, la necesidad de publicidad y las posibles elecciones de diseño del bien, servicio o producto (Paguay, 2022).

2.2.7.1. Estructura de mercado

Se clasifica las características de los compradores y vendedores de un bien, servicio o sector. Como consecuencia, se tiene en cuenta importantemente la cantidad y el poder de convenio de los licitadores y solicitantes. De este modo los componentes estructurales son los que finalmente determinarán el precio y el volumen de negociación para poner en marcha la comercialización (Westricher, 2019).

2.2.7.2. Segmentación de mercado

Usando una metodología llamada fraccionamiento de mercado, todos los posibles solicitantes se dividen en grupos según su conducta y otros rasgos destacados que se tendrán en cuenta al tomar una decisión de ventaja. Para llevar a cabo operaciones de marketing para ventas exitosas, el fraccionamiento del mercado tiene como objetivo asemejar al consumidor ideal (Silva, 2021).

2.2.7.3. Elementos del estudio de mercado

Según (Marketeros LATAM, 2021), menciona que se debe considerar un estudio de mercado, tomando en deferencia los sucesivos elementos:

- **El mercado:** percibe una serie de particularidades relacionadas a los canales de contingente, proveedores, competencia, entre otros.
- **Producto o servicio:** representación de los particularidades tangibles e intangibles, que son la base de la compensación.
- **Demanda:** cantidad de producto o servicio que requiera el cliente, accede tener una idea de la cantidad a producir u ofrecer.
- **Oferta:** la cantidad que puedes ofrecer u ofrecer para satisfacer la demanda, localizarse informe al manejo de recursos y de la competitividad.
- **Precio:** es lo que le cuesta al cliente lograr el bien o el servicio.
- **Comercialización:** consta de todo el procedimiento que realiza la empresa para hacer llegar el producto al consumidor.

2.2.8. Demanda

En requisitos económicos, la demanda es el conjunto de bienes y servicios que las empresas, los hogares y otras entidades apetecen comprar en una economía de mercado. Cuando conversamos de demanda total, nos describimos a todos los bienes y servicios comprensibles. La demanda está pertinente a la curva de demanda, que es una línea descrita en ejes cartesianos con la cantidad indicada en el eje de abscisas y el precio en el eje de sistemáticas (González, 2018).

2.2.8.1. Análisis de la demanda

Consiste en un proceso que busca conocer el nivel de demanda de lo ofrecido en el proyecto con el propósito de cumplir los objetivos propuestos en el plan, de este modo se podrá comercializar en los diferentes mercados a fin de satisfacer las necesidades y lograr los resultados esperados al ejecutar el proyecto.

Existen 2 aspectos frente a un análisis de la demanda:

a) Considera los factores que influyen en la oferta

Recuerda que la cantidad de un bien en el mercado es la oferta y concurren factores que pueden influir sobre ella:

- **Precio:** a medida que acrecienta el precio de un producto o servicio, la oferta se desarrolla, pues los productores están preparados a fabricar más productos por su admisión rentabilidad.
- **Precio de otros productos:** En el mercado existe una variedad de productos y servicios mismos que generan competitividad por diversos factores y uno de ellos es el precio, ya que los consumidores buscan adquirir lo más económico en base a ello se estipula la cantidad a comercializar.
- **Costos de producción:** cuando los precios de producción acrecientan, la oferta reduce porque su elaboración es menos rentable.
- **Cambio en la disponibilidad de los recursos:** si el material para establecer un producto se vuelve insuficiente, se lograrán hacer menos producciones, por lo que la oferta abreviará.

b) Tengan en cuenta los factores que influyen en la demanda

La demanda es la cantidad de personas que pretenden comprar un producto o servicio. Hay exteriores significativos a considerar que pueden influir en ella, al igual que en la oferta:

- **Ingresos:** no todas las personas logran comprar todo prototipo de productos o servicios.
- **Gustos y preferencias:** los consumidores muchos períodos saben lo que pretenden y precisan, y pueden ser renuentes a la hora de adquirir productos o servicios nuevos.
- **Precios de bienes y servicios relacionados:** la demanda puede estibar de cuáles son los precios de otros bienes con los que tienen correspondencia. En este punto, los precios de bienes concernientes pueden ser transeúntes o complementarios.
- **Expectativas de los consumidores:** esta perspectiva puede ser sobre el precio.
- **Cantidad de consumidores potenciales:** concurren mercados muy determinados y especialistas, mientras que hay otros más que poseen el evento de abrirse a paso de forma intensiva.

2.2.9. *Oferta*

Son la cantidad de productos o servicios que se produce para comercializarlo considerando los precios conforme a la demanda de los clientes, de este modo se genera una competencia en el mercado (Chavéz Mariño, 2021, pág. 17).

2.2.9.1. *Análisis de la oferta*

(Tanguila D. , 2016, pág. 16 y 17) Esta observación es igual al que se ejecuta para la demanda, esta observación debe ser temporal, esto simboliza que hay que considerar su evolución en el tiempo y se fragmenta en:

- **Oferta pasada o histórica:** Se ejecuta a través de datos secundarios inquiridos en fuentes confidenciales que permites establecer el desarrollo y progreso del mercado oferente, primariamente del competitivo, pero sin descuidar otros compendios.
- **Oferta presente:** Esta observación se hace a través de la indagación de mercado, en esta investigación se debe manifestar preguntas relación al mercado objetivo
- **Oferta futura:** Para establecer la oferta futura, se ejecutará una proyección de la serie histórica o pasada, tal y como se lo forjó con la demanda y deberá contener una terminación como efecto de la proyección.

2.2.10. *Diferencia oferta y demanda*

Dado que la oferta suele desarrollarse cuando la demanda es alta, la oferta y la demanda están verdaderamente concernientes. Debido al hecho de que se puede ganar mucho dinero con este bien, el precio de mercado sube como resultado y más empresas intentan a ofrecer el bien en asunto.

Debido a que es más probable que los consumidores interesados busquen opciones menos costosas, la demanda reduce a medida que desarrolla el precio de un producto o servicio, lo que con periodicidad hace que la predisposición se revierta. La sobreoferta se origina de esta manera. El precio de mercado cae hasta que el bien distribuido es tan disminuido que el interés del comprador y, en derivación, la demanda desarrolla una vez más (Ionos, 2019).

2.2.11. *Marketing mix*

Según (Máñez, 2022) es una herramienta muy importante que permite en un proyecto o en una empresa descubrir problemas y a la vez la implementación de estrategias que ayuden a mejorar la

comercialización. De este modo se podrá conocer como vendemos y a quien vendemos con la finalidad de promocionar, vender y llegar con lo ofrecido hacia los consumidores.

Al marketing mix también se conocen como las 4Ps del marketing:



Ilustración 2-3: Marketing Mix - Las 4 P's

Fuente: (Máñez, 2022).

2.2.12. *Catering*

Según (Ineventos, 2015) el catering es un servicio que ofrece la empresa para la realización de distintos eventos en el mismo que provee alimentos, bocaditos, bebidas, mantelería, cristalería entre otros elementos importantes que requiera el cliente para armar los eventos, además en muchos de los casos se ofrece un lugar adecuado para realizar el evento.

¿Qué incluye?

En el servicio se puede contener la comida, la bebida, la mantelería, los cubiertos, e incluso la asistencia de cocineros, camareros y personal de lavado posterior al programa.

Por lo tanto, el servicio de catering es una actividad profesional que desarrolla los eventos con cuidado y responsabilidad considerando mínimo detalles para la elaboración del evento a fin de cumplir con las perspectivas del cliente.

2.2.12.1. *Tipos de catering*

(Ortega F. , 2021) El servicio es variable estribando del evento que se actual, y entre los disímiles tipos de servicios de catering a continuidad, mostramos los disímiles tipos:

- **Catering empresarial**

Este catering se enfoca en ofrecer servicios a las empresas para realizar eventos de carácter profesional tales como negocios, sesiones, reuniones laborales y otros aspectos, por otra parte, este tipo de eventos son realizados de manera constante por lo que el servicio catering busca satisfacer las necesidades y cumplir con las expectativas del cliente.

- **Catering industrial**

Técnico en las grandes industrias y en grandes grupos de personas que trabajan en instituciones públicas o privadas, como hospitales, academias, líneas aéreas, etc.

- **Catering a domicilio**

Un servicio especialista en ofrecer una gran variedad de platos para fiestas y programas privados, presentando disímiles planteadas de vajillas fríos y calientes.

- **Puerta a puerta**

El servicio catering se encarga de la organización del evento y mediante ello llevar los alimentos solicitados al lugar específico indicado, en otras palabras, el servicio tiene que ser personalizado entregando lo acordado en el día y momento específico.

- **Catering móvil**

EL servicio móvil es muy utilizado por los clientes ya que es similar a otros servicios prestados, mismo que consiste en preparar todo tipo de eventos, pero acompañado de la logística en este caso el evento se realiza en una unidad móvil con la finalidad de proporcionar un servicio específico.

- **Para eventos especiales**

Ofrece un servicio acorde al evento sin perder ningún detalle, además proporciona comida y todo lo necesario y solicitado por el cliente haciendo que este sea un momento especial e inolvidable.

- **Catering gourmet**

Está preparada por cocineros profesionales capaces de cautivar los paladares más selectos y exigentes, con el fin de conseguir un resultado de calidad con productos delicadamente elegidos. Ofrecer servicios considerando la cocina vanguardia, es decir ofrece comida gourmet siendo un estilo más sutil ya que es preparada por profesionales enfocados en ofrecer alimentos de acorde al paladar del cliente, siendo su preparación exigente.

- **Catering sostenible**

Es un cáterin ecológico ya que se enfoca en el cuidado del medio ambiente por lo tanto todo lo que la empresa para ofrecer el servicio es realizada a través de cosas que se puedan clasificar y reutilizar, de esta manera se evita los materiales de un solo uso.

- **Catering solidario**

Busca concientizar a las personas sobre ciertas acciones de carácter solidario por otra parte se parece al catering sostenible ya que tiene responsabilidad social sobre el personal de las empresas con ello busca mejorar las relaciones laborales.

- **Vegetariano o vegano**

En la actualidad se ofrece catering de diferentes modos con la finalidad de cumplir las expectativas del cliente y a la vez para ofrecer una diversidad de menús, en este caso se considera a los veganos, la preparación de estos alimentos se los hace sin incluir ningún tipo de carne ya que no son aptos para los intolerantes a la lactosa.

- **Catering banquete**

Es para eventos largos aquí funciona el servicio como si estuviera en un restaurante ya que al estar sentados los comensales se les brinda comida los tres platos estipulados y solicitados y al finalizar se levanta la cristalería.

- **Catering recepción**

Es un evento de carácter familiar ya que se ofrece un servicio completo incluida la atención a los invitados proporcionando bocaditos, alimentos y entre otras cosas necesarias para que el evento se desarrolle con normalidad.

- **Catering cultural**

Es una forma de darle un toque único al evento, se centra la gastronomía de sus platos en una cultura. Suele organizarse, así como un sentido concreto, ya sea la celebración de algún día especial, o si por ejemplo la empresa es extranjera y quiere acercar a sus trabajadores a sus orígenes, etc. La decoración en este tipo de catering suele ser importante para crear un buen ambiente.

2.2.13. Marco Legal

Hace referencia a todos los requisitos o documentos que una empresa debe cumplir para su funcionamiento, además es importante realizar los trámites pertinentes para analizar la viabilidad de la creación de la empresa. (Lara, 2010, págs. 148-149)

Para instituir el marco legal del proyecto primero se debe precisar qué tipo de empresa va a formar el proyecto trazado, luego se debe instituir los permisos legales para que se tenga la permisión de erigir el proyecto y subsiguientemente pueda operar sin problemas y se debe instituir los tiempos demora y los costos de cada uno de las diligencias legales para maniobrar el proyecto.

2.2.14. Estudio técnico

Es importante realizar un estudio técnico con el fin de definir la organización a través de la misión, visión, objetivos y valores, pueda determinar la dirección que toma la empresa. De igual forma este proceso incluye el análisis para la fabricación de un producto o servicio y mediante ello, se pueda ejecutar el proyecto de inversión. De tal manera que el semblante técnico operativo incluye

todo lo relacionado con sus propias actividades y operaciones, además se realiza preguntas de cuándo, dónde, cuánto y con qué producir lo que quieren los consumidores (Alba, 2022 pág. 23).

2.2.15. Estudio administrativo

Este estudio se orienta en la estructura organizativa definiendo los recursos a utilizar al igual que los responsables a cargo del proyecto para ejercer actividades de administración, adquisición y sobre todo estipular la factibilidad del proyecto (Ruíz, 2017, pág. 182).

2.2.15.1. Organigrama

Es la representación de la estructura de una empresa en la cual se observa el nivel jerárquico, autoridad, departamentos, puestos y entre otras categorías necesarias para generar una adecuada comunicación (Chuquiguango, 2015, pág. 4).

2.2.16. Estudio financiero

Un componente crucial de cualquier proyecto de inversión es el estudio financiero. No importa si la persona tiene una idea de negocio, si la empresa quiere desplegar un nuevo mercado o incluso si el inversionista quiere invertir dinero en una empresa para lograr ganancias. Esta investigación permitirá conocer el riesgo al que se tiene que enfrentar la empresa al intentar surgir en el mercado y de este modo evaluar su viabilidad.(Pérez, 2021).

2.2.17. Inversiones del proyecto

2.2.17.1. Inversión inicial

(Córdoba Padilla, 2011) Alcanza la inversión inicial formada por todos los activos fijos, tangibles e intangibles necesarios para manejar y el capital de trabajo.

2.2.17.2. *Inversión fija*

Es conveniente detallar y catalogar los elementos requeridos para la ejecución del proyecto (capital fijo), observando en este mismo así:

- **Terrenos**, conteniendo los costos de los trabajos disposiciones como estudios de suelos, compensación del terreno, el drenaje, el hueco, vías de acceso, etc.
- **Construcciones**, con predicción de los edificios de la planta, edificios para las oficinas, y servicios auxiliares como depósitos, laboratorios, talleres, garajes y en ocasiones edificios sociales.
- **Maquinaria y equipo**, rubro que percibe los bienes ineludibles para la producción y los servicios de soporte en las diferentes áreas.
- **Vehículos**, conveniente a los equipos de movilización interna y externa para todo tipo de trámite o servicio vinculado a la empresa.
- **Muebles y enseres**, para la tripulación de las oficinas e instalaciones presentidas, puntualizando los costos con base en las cotizaciones.

2.2.17.3. *Inversión diferida*

El término "activos intangibles" se describe a un grupo de activos que tiene una empresa y que son esenciales para su labor. Estos incluyen investigación preliminar, costos de estudio, ventaja de derechos, patentes de invención, licencias, permisos, marcas registradas, asistencia técnica y costos preoperacionales y de disposición. estructura organizativa.

2.2.17.4. *Capital de trabajo inicial*

El capital de trabajo es considerado la diferencia entre el activo y pasivo circulante, para el desarrollo de un proyecto se considera el monto apropiado que logre cubrir todos los costos del proyecto al ser ejecutado, además se prevé escenarios futuros que puede influir en las actividades a desarrollar por los encargados de este. Cuando el proceso de producción de un proyecto es largo, como ocurre con los proyectos agrícolas donde lleva tiempo generar las primeras ventas, se justifica incluir el capital de trabajo inicial en las inversiones. El capital circulante inicial no puede ser considerado como una inversión en ninguno de los supuestos en los que existan ingresos desde el mismo inicio de la operación.

2.2.17.5. *Inversión total*

Es indispensable considerar la inversión fija, diferida y el capital utilizado para la elaboración de un proyecto ya que esta información financiera debe ser oportuna y llevada con eficiencia de modo que sea visible y garantice la viabilidad del proyecto (págs. 191-192).

2.2.18. *Flujo de efectivo*

El flujo de caja se inicia con estipulación de ventas, en la que se tiene en cuenta el precio de venta del bien o servicio, así como sus cantidades previstas, poseyendo en cuenta el estudio de mercado; además, se implican los costos de producción y administración, así como la depreciación de nuevos productos, lo que permite establecer la rentabilidad del proyecto (Israel, 2018, pág. 53).

2.2.19. *Rentabilidad del proyecto*

La rentabilidad del proyecto se puede ultimar con las sistemáticas de valoración financiera que son valor actual neto (VAN), y la tasa interna de retorno (TIR) (Israel, 2018, pág. 53).

2.2.20. *Valor actual neto (VAN)*

Según (Universidad Esan, 2017) El indicador financiero permite establecer la viabilidad de un proyecto de este modo calcula el nivel de los futuros ingresos y egresos sin descontar la inversión inicial de esta manera se conoce su viabilidad.

Una manera de instituir el VAN es mediante la sucesiva fórmula:

VAN = Beneficio neto actualizado (BNA) - Inversión

VAN < 0 el proyecto no es rentable. Cuando la inversión es mayor que el BNA (VAN negativo o menor que 0) significa que no se satisface la Tasa de Descuento.

VAN = 0 el proyecto es rentable, porque ya está agregado ganancia de la TD. Cuando el BNA es similar a la inversión (VAN igual a 0) se ha considerado con la TD.

VAN > 0 el proyecto es rentable. Cuando el BNA es mayor que la inversión (VAN mayor a 0) se ha correcto con dicha tasa y, además, se ha formado una ganancia o beneficio adicional.

Fórmula del valor actual neto (VAN)

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+k)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1+k)} + \frac{F_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+k)^n}$$

Según (Granel, 2022) la fórmula del Valor Presente Neto o VAN depende, por tanto, de las sucesivas variables:

- **Inversión inicial previa (I₀):** es el monto o valor del desembolso que la empresa hará en el momento inicial de efectuar la inversión.
- **Flujos netos de efectivo (F_t):** representan la diferencia entre los ingresos y gastos que podrán obtenerse por la ejecución de un proyecto de inversión durante su vida útil.
- **Tasa de descuento (k):** también conocida como costo o tasa de oportunidad. es la tasa de retorno requerida sobre una inversión. Refleja la oportunidad perdida de gastar o invertir en el presente.
- **Inversiones** durante la operación.
- **Número de periodos** que dure el proyecto (**n**).

2.2.21. Tasa interna de retorno (TIR)

Este indicador de rentabilidad mide como su nombre lo dice cuanto es rentable el crear un proyecto o realizar una inversión, mediante este medio se puede tomar decisiones oportunas que garanticen la rentabilidad.

De forma simple podríamos precisar la TIR como el porcentaje de ingresos o pérdidas que se logra como resultado de una inversión.

Esta concepción financiera se puede comparar con la tasa mínima admisible para ejecutar una inversión, que coexistiría la tasa de rentabilidad libre de riesgo, o con el tipo de interés que se usará a la inversión de un proyecto.

En el primer caso, si la TIR supera la tasa de renta libre de riesgo o el coste de oportunidad, se ejecutaría la inversión; en caso contrario, se resistiría.

En el segundo caso, En este caso, la tasa de interés máxima a la que una empresa o inversor se pueden endeudar para no perder dinero con la inversión sería una buena opción (Fernández de la Cigoña, 2021).

Formula de la tasa interna de retorno (TIR)

Según (Sevilla Arias, 2014) La TIR es la tasa de descuento que remuneración, en el momento inicial, la corriente futura de cobros con la de pagos, creando un VAN igual a cero:

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+TIR)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1+TIR)} + \frac{F_2}{(1+TIR)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+TIR)^n} = 0$$

- **F_t**: son los flujos de dinero en cada periodo t
- **I₀**: es la inversión realiza en el momento inicial (t = 0)
- **N**: es el número de periodos de tiempo

El criterio de elección será el sucesivo donde “k” es la tasa de descuento de flujos designada para el cálculo del VAN:

- Si $TIR > k$, aceptado. La tasa de rendimiento interno es superior a la tasa mínima de rentabilidad considerada para la inversión.
- Si $TIR = k$, Cuando el VAN era igual a cero, la inversión se realiza al mejorar la posición competitiva de la empresa y lo desfavorables.
- Si $TIR < k$, el proyecto debe rechazarse. No se alcanza la rentabilidad para la inversión.

CAPITULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Idea a defender

Con la creación de una microempresa especialista en el servicio de catering y el progreso de eventos en el Cantón Rumiñahui se obtendrá un nivel aceptable de rentabilidad y podrá ser sustentable a futuro con el fin de efectuar el objetivo.

3.1.1. *Variable Independiente*

Proyecto de factibilidad.

3.1.2. *Variable Dependiente*

Impacto económico en los ciudadanos del Cantón Rumiñahui.

3.2. Enfoque

En la presente investigación se manejará un enfoque cualitativo y cuantitativo en discernimiento que las teorías mencionadas mediante variables cualitativas pueden ser impagables cuantitativamente a través de itinerarios, es decir los dos utilizan procesos cuidadosos, metódicos, empíricos y técnicos.

3.2.1. *Enfoque cualitativo*

Este enfoque nos revelará la situación del mercado, esto es factible mediante el diagnóstico de la encuesta y tras el análisis (Mata Solis, 2019).

3.2.2. *Enfoque cuantitativo*

El presente enfoque nos ofrecerá la información que se solicita para el estudio que está extremadamente atado con datos numéricos, es decir esto se dará cuando se ejecuten las encuestas y se tenga que detallar la constitución de la población (Canive, 2020),

3.3. Diseño

El diseño que se cavila más adecuado para este proyecto es la Investigación no experimental, lo cual se extrae el método transversal, el mismo que recoge datos de un solo momento y en un tiempo único.

3.3.1. *Investigación no experimental*

La idea de este método es referir variables y examinar su incidencia e interrelación en un momento dado al realizar el servicio (Montaño, 2021).

3.4. Tipos

Según (Tanguila, 2016), menciona que la tipología a manejar será catalogada a disímiles criterios que presentaremos a continuidad:

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

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

- **Según los instrumentos a ocupar:**

Investigación dirigida. - Se solicita la participación del investigador para colocar la búsqueda de una seguridad que consienta resolver el problema trazado.

- **Según el propósito:**

Investigación aplicada. - A partir de las hipotéticas instrucciones que se pretende lograr se trazará la solución al problema de acuerdo con el contexto socio económica en la población de estudio.

3.5. Métodos

3.5.1. *Método inductivo*

Este método permite distinguir los problemas a partir de los siguientes pasos: observación, clasificación, estudios de los hechos y finalmente surge la constatación, cabe recalcar que los problemas encontrados se desglosan de lo general a lo particular con la finalidad de brindar soluciones oportunas (Pérez Porto, 2021).

3.5.2. *Método deductivo*

El método consiste en generar una conclusión, misma que se basa en proposiciones y en base a eso se actúa con lógica para dar solución a la misma (Westreicher, 2020).

Método inductivo – deductivo. - Estos métodos accederán estudiar el objetivo general de la investigación para así efectuar el objetivo.

3.5.3. *Método descriptivo*

El método propuesto nos permitirá conocer las particularidades del mercado objetivo, así como de empresas análogos, lo cual nos ayudará a comprender la información requerida para el estudio de cada una de las variables efectivos a través de fuentes efectivas (Espada, 2021).

3.6. Población y Muestra

De acuerdo con los datos tomados por la página del Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador (SIISE), se logró adquirir la información sobre la población total del Cantón Rumiñahui entre hombres y mujeres un total de 85.852 por tanto, en la Parroquia Sangolquí siendo nuestro mercado imparcial cuenta con 58.254 habitantes; adjudicarse así que la ciudad de Sangolquí tiene el 67,85% de habitantes a nivel cantonal. Para provenir hacer el cálculo de la muestra despojaremos como reseña a la población económicamente activa del cantón con un total de 41.266 habitantes y de Sangolquí con un 39.085 de habitantes.

Posteriormente, provendremos hacer el respectivo cálculo de la Muestra, de tal forma mediante ello conocer el resultado de una muestra, la cual se podrá encuestar al número de personas que

sean necesario de acuerdo con el cálculo y así lograr las respuestas de las disímiles interrogantes que se delinearán en el cuestionario.

Para el cálculo del tamaño de la muestra se manejará la sucesiva formula:

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

En donde:

N= Población

n= Muestra

P= Probabilidad a favor

Q= Probabilidad en contra

Z= Nivel de confianza

e= Error de muestro

$$n = \frac{(1,96)^2 * (0,5) * (0,5) * 39.085}{(0,05)^2 * (39.085 - 1) + (1,96)^2 * (0,5) * (0,5)}$$

$$n = 380$$

La muestra para el presente trabajo investigativo estará establecida por 380 personas a ser encuestadas, fundamento un error al momento de tomar la información del 0,05.

3.6.1. Técnicas

Este conjunto de técnicas y métodos permiten que el funcionamiento operacional sea eficiente al proporcionar información y conocimientos oportunos ante una problemática (Universidad La Concordia, 2020).

Par ello, mostraremos las disímiles técnicas que concurrirán en la presente investigación:

- **Encuesta.** - Esta técnica ayudará a implementar preguntas relevantes que permitirán conocer más información con respecto a las problemáticas de la empresa, de igual manera sus preguntas serán abiertas y cerradas.

3.6.2. Instrumentos

Cuestionarios. - Posee diferentes formatos y estilos, además está conformado por preguntas relevantes que permiten tener información real.

CAPITULO IV

4. MARCO DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Procesamiento, análisis e interpretación de resultados

4.1.1. Resultados cuantitativos

4.1.1.1. Análisis e interpretación de resultados de la encuesta aplicada a los moradores del Cantón Rumiñahui. Sector Sangolquí.

La encuesta se aplicó de forma online a los moradores de la ciudad de Sangolquí, misma que fue realizada mediante la herramienta de Google Forms, tras realizar el cálculo del tamaño de la muestra que calificó a 380 personas, mediante ello partimos a conocer la demanda en el mercado objetivo y la distinción de los consumidores, de tal manera que las presentes encuestas nos han proporcionado la siguiente información:

Pregunta N.- 1. SEXO

Tabla 4-1: Genero – Sexo de encuestados

Variable	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Mujeres	208	55%
Hombre	172	45%
Total	380	100%

Fuente: Encuesta a los moradores del Cantón Rumiñahui, (2022).

Realizado por: Moromenacho, A. 2022.

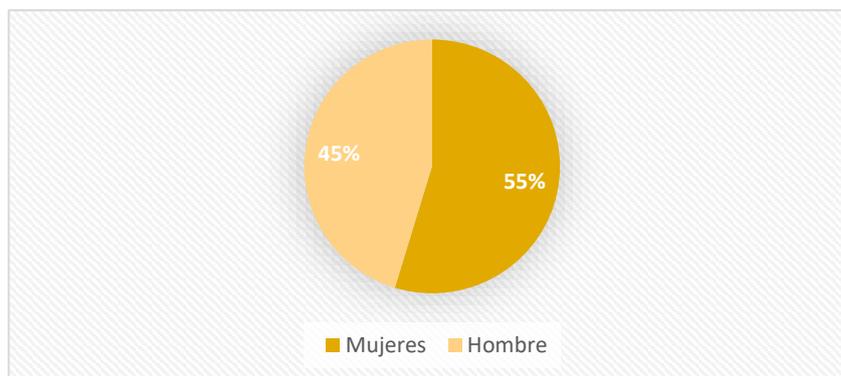


Ilustración 4-1: Género de encuetados en porcentaje

Fuente: Encuesta a los moradores del Cantón Rumiñahui, (2022).

Realizado por: Moromenacho, A. 2022.

Análisis e Interpretación:

Mediante la encuesta realizada a los moradores del Cantón Rumiñahui – Sangolquí, se denotó que en relación al género de las personas encuestadas se alcanzó a 208 personas de sexo femenino, en porcentaje es el 55% y de sexo masculino son 172 personas, en porcentaje es el 45%, que engloba al total de 380 personas según la muestra.

Pregunta N.- 2. ¿En qué rango de edad se encuentra?

Tabla 4-2: Rango de edad

Variable	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
20 a 25 años	221	58,2%
26 a 30 años	53	14%
31 a 35 años	57	15%
36 a más	49	12,8%
TOTAL	380	100%

Fuente: Encuesta a los moradores del Cantón Rumiñahui, (2022).

Realizado por: Moromenacho, A. 2022.

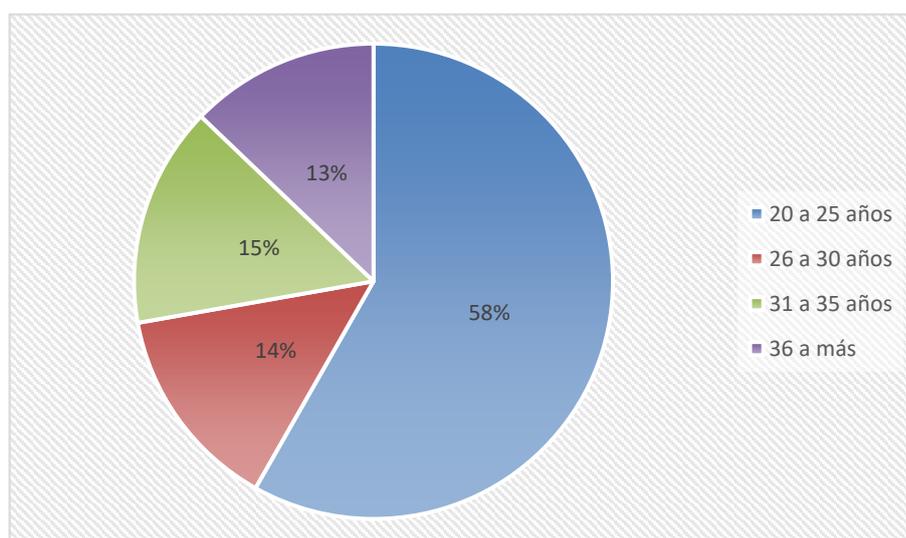


Ilustración 4-2: Género de encuestados en porcentaje.

Fuente: Encuesta a los moradores del Cantón Rumiñahui, (2022).

Realizado por: Moromenacho, A. 2022.

Análisis e Interpretación:

Del 100% de las personas encuestadas, se pudo conocer que existe un 58% que equivale a 221 personas que oscilan en edades entre 20 – 25 años, es decir existe mayor porcentaje en ello, por otro lado, se pudo evidenciar que el 15% que son 57 personas fluctúan entre 31 -35 años, y para culminar la diferencia de rango de edades hay un 14% que son 54 personas y el 13% que son 49 personas las cuales su categoría de edad abarca de 36 años en adelante.

Pregunta N.- 3. ¿Cuáles son sus ingresos mensuales?

Tabla 4-3: Ingresos mensuales

Variable	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
450 a 500	278	73,2%
501 a 600	22	5,8%
601 a 700	13	3,4%
701 a más	67	17,6%
TOTAL	380	100%

Fuente: Encuesta a los moradores del Cantón Rumiñahui, (2022).

Realizado por: Moromenacho, A. 2022.

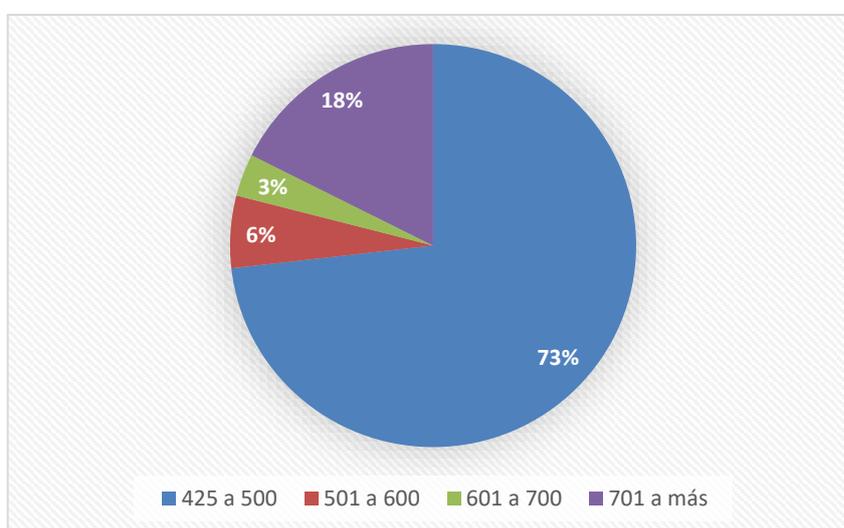


Ilustración 4-3: Ingresos de los encuestados

Fuente: Encuesta a los moradores del Cantón Rumiñahui, (2022).

Realizado por: Moromenacho, A. 2022.

Análisis e Interpretación:

Con respecto a los ingresos mensuales de los encuestados: el 73% son 278 personas, señalan que sus ingresos se encuentran en un rango de \$425,00 - \$500,00, como segundo punto es el 18% que son 67 personas las cuales manifiestan que su ingreso esta entre los \$701,00 a más, por otro lado tenemos al 6% que son 22 personas, las cuales tienen un ingreso de \$501,00 - \$600,00 y para terminar existe un porcentaje bajo que es el 3% y están entre las \$601,00 a \$700.

Pregunta N.- 4. ¿Usted ha utilizado este servicio?

Tabla 4-4: Utilización del servicio de catering y eventos

Variable	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Si	255	67,4%
No	125	32,6%
TOTAL	380	100%

Fuente: Encuesta a los moradores del Cantón Rumiñahui, (2022).

Realizado por: Moromenacho, A. 2022.

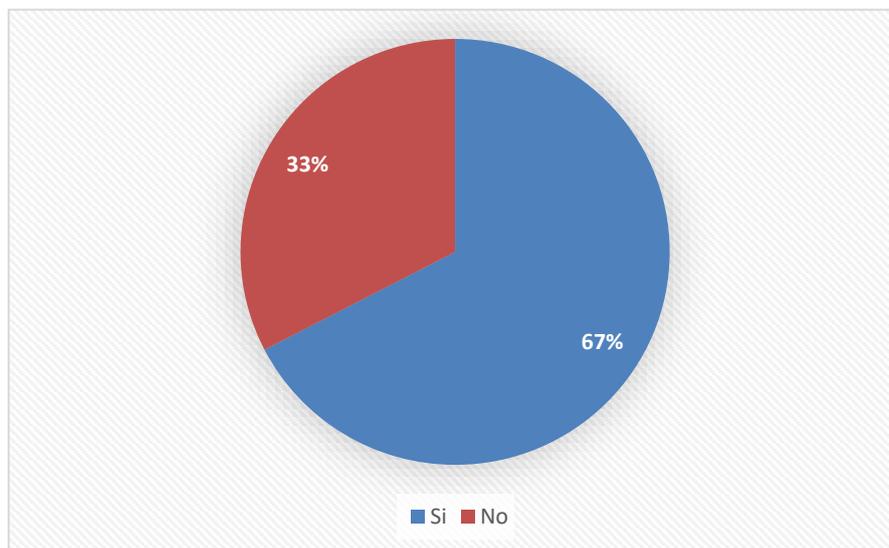


Ilustración 4-4: Utilización del servicio de catering

Fuente: Encuesta a los moradores del Cantón Rumiñahui, (2022).

Realizado por: Moromenacho, A. 2022.

Análisis e Interpretación:

Del 100% de las personas encuestadas, existe un 67%, en número son 255 personas, las cuales manifiestan que, si han utilizado el servicio de catering, por ende, se entiende que conocen del servicio, por otro lado, también hubo un 33% que equivale a 125 personas las cuales no han utilizado este servicio.

Pregunta N.- 5. ¿Estaría dispuesto adquirir un servicio de catering para algún evento de su entorno social o familiar?

Tabla 4-5: Adquirir un servicio de catering para algún evento de su entorno social o familiar.

Variable	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Si	283	74,4%
No	13	3,5%
Tal vez	84	22,1%
TOTAL	380	100%

Fuente: Encuesta a los moradores del Cantón Rumiñahui, (2022).

Realizado por: Moromenacho, A. 2022.

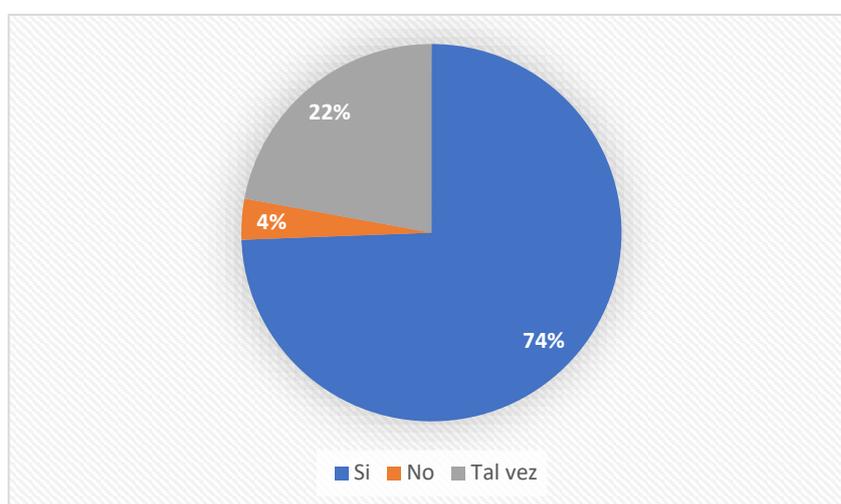


Ilustración 4-5: Adquirir un servicio de catering para algún evento de su entorno social o familiar

Fuente: Encuesta a los moradores del Cantón Rumiñahui, (2022).

Realizado por: Moromenacho, A. 2022.

Análisis e Interpretación:

Los moradores del Cantón Rumiñahui, respondieron que si estarían dispuestos a contratar el servicio de catering para sus eventos sociales, de tal forma representa el 74% que son 283 personas las cuales mencionaron que, si lo aceptan, mientras que el 22% que consta de 84 personas, expusieron que no contratarían este servicio. Así mismo hubo un grado de personas las cuales se encontraron en duda, es decir escogieron el literal de tal vez, que se asemeja al 4% las cuales son 13 personas.

Pregunta N.- 6. ¿En qué tipo de evento utilizará el servicio de Catering y Eventos?

Tabla 4-6: ¿En qué tipo de evento utilizará el servicio de Catering y Eventos?

Variable	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Bautizo/Primera Comunión/Confirmación	75	19,5
Quince años/Cumpleaños/ Baby Soler	64	17
Bodas	74	19,5
Graduación	80	21,1
Reuniones Familiares	52	13,7
Reuniones de trabajo	35	9,2
TOTAL	380	100%

Fuente: Encuesta a los moradores del Cantón Rumiñahui, (2022).

Realizado por: Moromenacho, A. 2022.

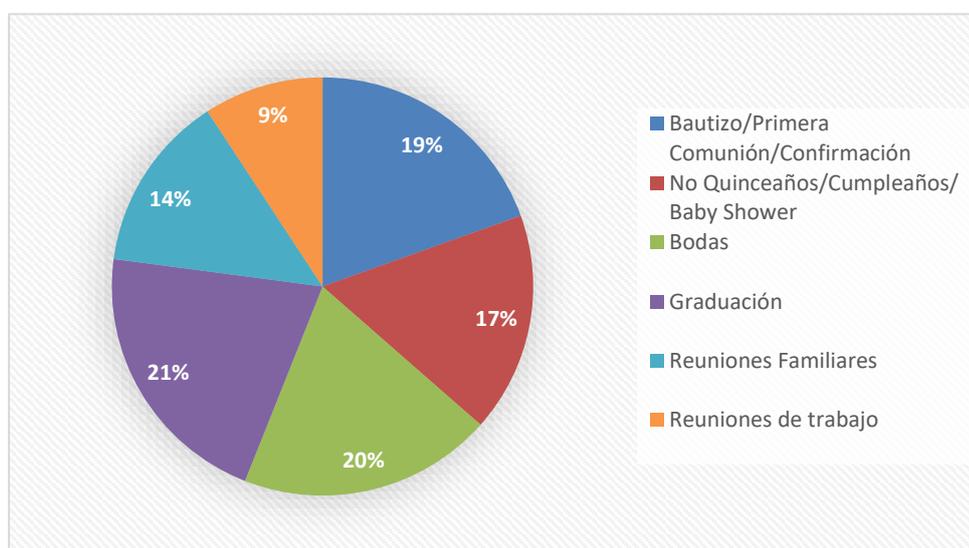


Ilustración 4-6: En qué tipo de evento utilizaría este servicio

Fuente: Encuesta a los moradores del Cantón Rumiñahui, (2022).

Realizado por: Moromenacho, A. 2022.

Análisis e interpretación:

Mediante las encuestas ejecutadas, mencionan que utilizarían el servicio de catering y eventos, de la siguiente manera: el 21% que son 80 personas lo cual emplearán para Graduaciones de diferente tipo, el 20% que son 74 personas lo manejaran para Bodas, el 19% que son 75 personas nos revelan que lo usarían en Bautizo/Primera Comunión/Confirmación, el 17% que son 64 personas las mismas que aplicarían el servicio para Quince años, Baby Shower, cumpleaños, para finalizar también existe un porcentaje bajo en escoger el servicio para eventos de trabajo y familiares, es decir están en un rango de 9% y 14%.

Pregunta N.- 7. ¿Cuál es su día de preferencia para realizar un evento?

Tabla 4-7: Día de preferencia para realizar un evento.

Variable	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Fin de semana	367	96,5%
Entre semana	13	3,5%
TOTAL	380	100%

Fuente: Encuesta a los moradores del Cantón Rumiñahui, (2022).

Realizado por: Moromenacho, A. 2022.



Ilustración 4-7: Día de preferencia para realizar un evento.

Fuente: Encuesta a los moradores del Cantón Rumiñahui, (2022).

Realizado por: Moromenacho, A. 2022.

Análisis e Interpretación

El día de preferencia para realizar un evento especial, según las encuestas realizadas son los fines de semana, teniendo una aceptación del 96% que son 367 personas las cuales prefieren que sus eventos, programas o más sean los fines de semana, de tal forma hubo personas que eligieron sus eventos sean realizados entre semana, es decir calificó con un 4% que son 13 personas que lo escogerían de esta manera.

Pregunta N.- 8. ¿Actualmente conoce usted de algún lugar que ofrezca un servicio de catering de eventos en el Cantón Rumiñahui?

Tabla 4-8: Conoce usted de algún lugar que ofrezca un servicio de catering de eventos en el Cantón Rumiñahui.

Variable	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Si	66	34,5%
No	314	65,5%
TOTAL	380	100%
Mencione:		
Antojitos de mi tierra	39	59%
Daniel eventos	13	20%
Pailas de mi suegra	9	14%
Fe eventos	5	7%
TOTAL	66	100%

Fuente: Encuesta a los moradores del Cantón Rumiñahui, (2022).

Realizado por: Moromenacho, A. 2022.

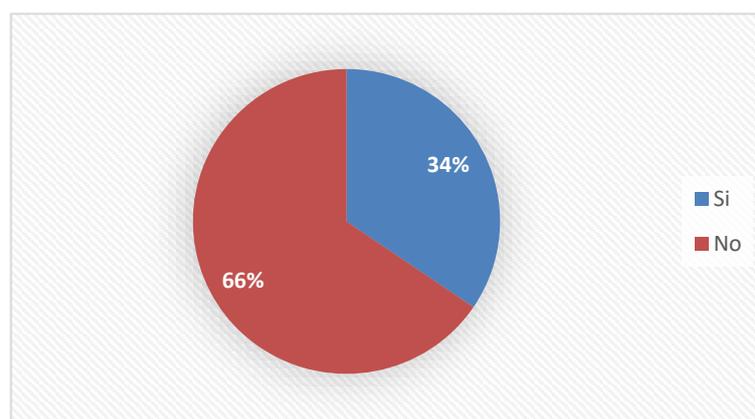


Ilustración 4-8: Conoce usted de algún lugar que ofrezca un servicio de catering de eventos en el Cantón Rumiñahui

Fuente: Encuesta a los moradores del Cantón Rumiñahui, (2022).

Realizado por: Moromenacho, A. 2022.

Análisis e Interpretación:

Según las encuestas realizadas a los moradores del cantón Rumiñahui, revelan que el 66% de personas desconocen que exista este servicio en la ciudad, por ende, hubo un 34% de personas que, si conocen por tal motivo describieron los siguientes: Antojitos de mi tierra, Daniel eventos, Fe eventos.

Pregunta N.- 9. ¿En qué medios le gustaría obtener información sobre el servicio de catering y eventos?

Tabla 4-9: Medios donde le gustaría obtener información sobre el servicio de catering y eventos.

Variable	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Páginas web	81	21,3%
Redes Sociales	289	76,1%
Radio	5	1,3%
Tv	5	1,3%
TOTAL	380	100%

Fuente: Encuesta a los moradores del Cantón Rumiñahui, (2022).

Realizado por: Moromenacho, A. 2022.

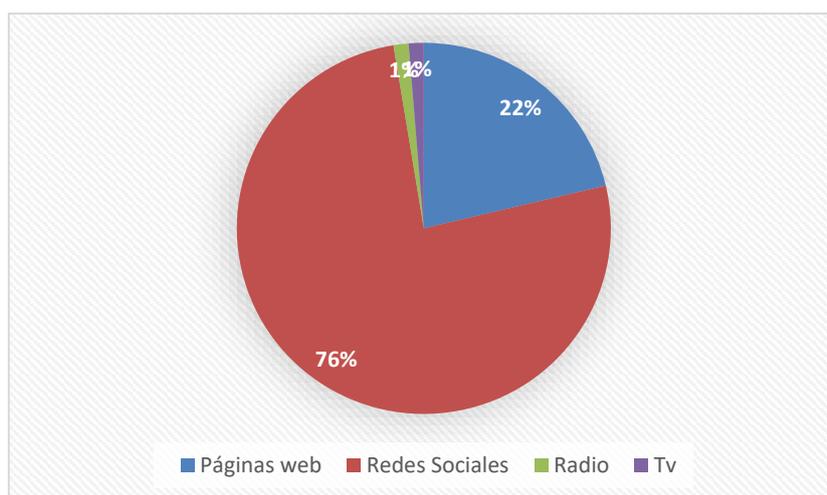


Ilustración 4-9: Medios donde le gustaría obtener información sobre el servicio de catering y eventos

Fuente: Encuesta a los moradores del Cantón Rumiñahui, (2022).

Realizado por: Moromenacho, A. 2022.

Análisis e Interpretación:

Medios de comunicación en los cuales les gustaría recibir información sobre el servicio, un 76% que son 289 personas, que lo prefieren por redes sociales, siendo el medio más demandado en la actualidad, por otro lado, existe un 22% que son 81 personas que desearían por páginas web la publicidad, así mismo existe un 1,3% por la televisión y radio que son 10 personas lo cual lo eligen en ese medio de comunicación.

Pregunta N.- 10. ¿Qué forma de pago utilizaría para acceder al servicio de catering y desarrollo de eventos?

Tabla 4-10: Forma de pago del servicio.

Variable	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Efectivo	177	46,5%
Tarjeta de crédito	66	17,4%
Transferencia bancaria	137	36,1%
TOTAL	380	100%

Fuente: Encuesta a los moradores del Cantón Rumiñahui, (2022).

Realizado por: Moromenacho, A. 2022.

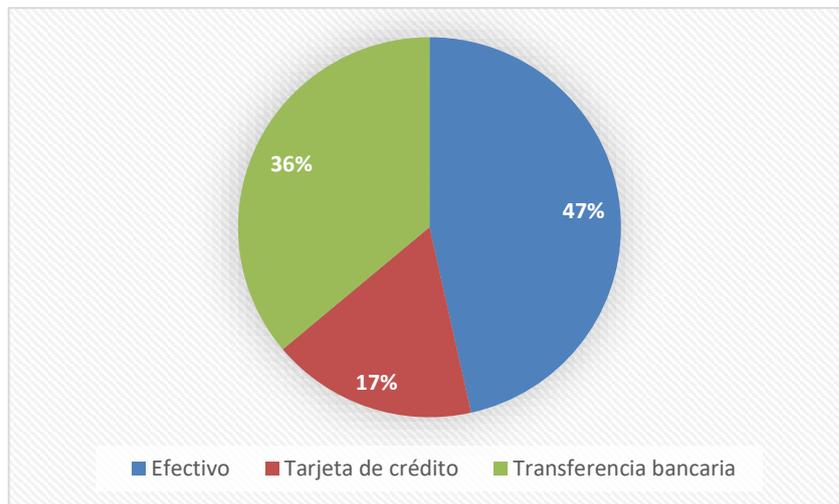


Ilustración 4-10: Forma de pago utilizaría para acceder al servicio de catering y desarrollo de eventos

Fuente: Encuesta a los moradores del Cantón Rumiñahui, (2022).

Realizado por: Moromenacho, A. 2022.

Análisis e Interpretación:

De acuerdo al método de cancelación por el servicio, existe un 47% de personas que eligen cancelar en efectivo, de tal manera un 36%, menciona que lo haría por medio de transferencia bancaria y 17% personas que preferirían hacerlo con tarjeta de crédito.

Pregunta N.- 11. ¿Qué factores considera relevantes al momento de contratar un servicio de catering y desarrollo de eventos?

Tabla 4-11: Factores que considera relevantes al momento de contratar un servicio de catering y desarrollo de eventos.

Variable	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Calidad	186	48,9%
Variedad de menú	86	22,6%
Precios	87	23%
Promociones	21	5,5%
TOTAL	380	100%

Fuente: Encuesta a los moradores del Cantón Rumiñahui, (2022).

Realizado por: Moromenacho, A. 2022.

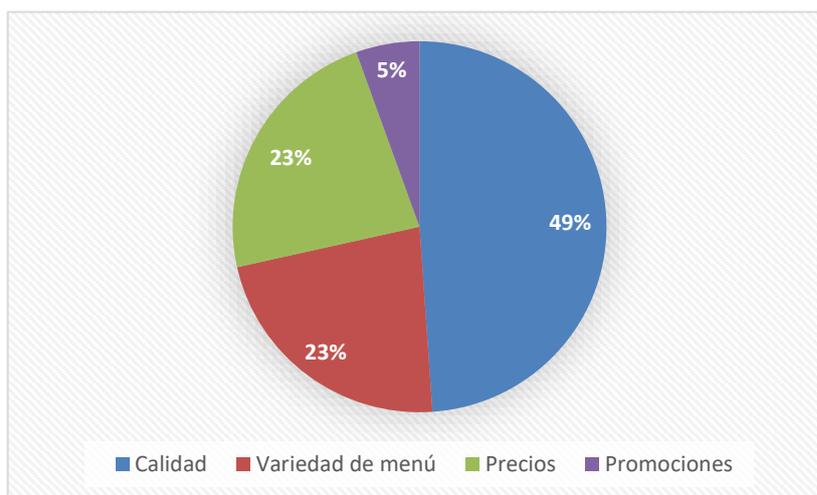


Ilustración 4-11: Factores que considera relevantes al momento de contratar un servicio de catering y desarrollo de eventos.

Fuente: Encuesta a los moradores del Cantón Rumiñahui, (2022).

Realizado por: Moromenacho, A. 2022.

Análisis e Interpretación:

De los 380 encuestados que representan el 100%, manifiestan que el factor más relevante para contratar un servicio de catering y realización de eventos es la calidad del servicio, siendo que es el 49% con 189 personas quienes prefieren calidad antes que el precio, así mismo un 23% equivalente a 86 personas prefieren variedad de menú, cabe recalcar que no consideran de mayor relevancia las promociones siendo que es un 5%.

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

Tabla 4-12: Tipos de comida que prefieres en sus eventos

Variable	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Comida Típica	259	68,2%
Comida Costeña	30	7,9%
Comida Gourmet	91	23,9%
TOTAL	380	100%

Fuente: Encuesta a los moradores del Cantón Rumiñahui, (2022).

Realizado por: Moromenacho, A. 2022.

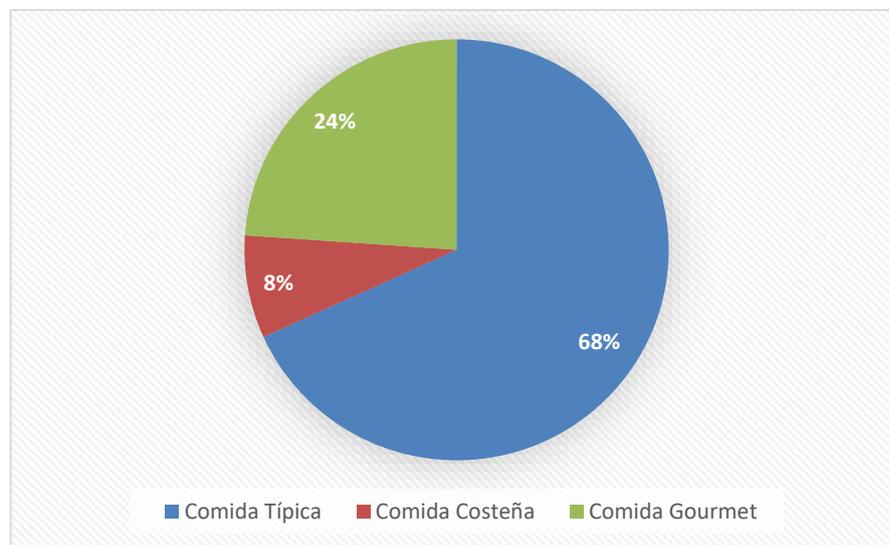


Ilustración 4-12: Tipos de comida que prefiere en sus eventos.

Fuente: Encuesta a los moradores del Cantón Rumiñahui, (2022).

Realizado por: Moromenacho, A. 2022.

Análisis e Interpretación:

Al mencionar diversos tipos de comida, cabe recalcar que los encuestados fueron por la comida típica, es decir comida nacional, siendo el 68% que son 259 personas, así mismo existe un 24% que son 91 personas que eligieron comida gourmet, es decir platos a la carta, y un 8% de personas que eligieron comida costeña, siendo de muy poca preferencia.

Pregunta N.- 13. ¿En dónde preferiría realizar usted sus eventos sociales?

Tabla 4-13: Lugar de preferencia para realizar sus eventos

Variable	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Domicilio	75	19,8%
Salón de eventos	292	76,7%
Restaurantes	13	3,5%
TOTAL	380	100%

Fuente: Encuesta a los moradores del Cantón Rumiñahui, (2022).

Realizado por: Moromenacho, A. 2022.

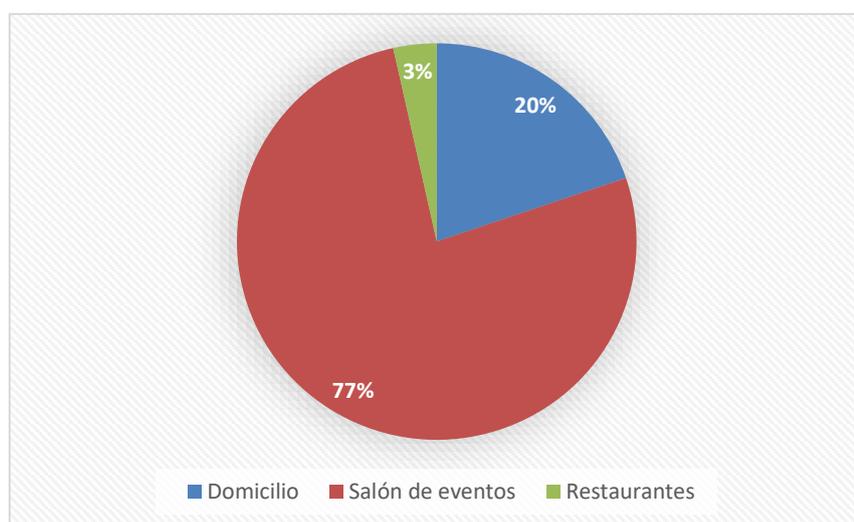


Ilustración 4-13: Lugar de preferencia para realizar eventos.

Fuente: Encuesta a los moradores del Cantón Rumiñahui, (2022).

Realizado por: Moromenacho, A. 2022.

Análisis e Interpretación:

Existe un nivel de preferencia del 77% que desean realizar sus eventos en un local de recepción, de tal forma es de aceptación alguna para el proyecto de factibilidad, así mismo un 20% que equivalen a 75 personas, prefieren que sus eventos sean exclusivamente en sus domicilios, optando la exclusividad y comodidad del mismo, por finalizar existió un 3% que optarían por realizarlo en restaurantes.

Pregunta N.- 14. ¿Cuánto estaría dispuesto a cancelar por el servicio de catering? (por persona)?

Tabla 4-14: Cuánto estaría dispuesto a cancelar por el servicio de catering – por persona

Variable	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
\$7,00 - \$11,00	239	62,8%
\$12,00 - \$ 15,00	106	27,9%
\$16,00 - \$ 19,00	35	9,3%
TOTAL	380	100%

Fuente: Encuesta a los moradores del Cantón Rumiñahui, (2022).

Realizado por: Moromenacho, A. 2022.

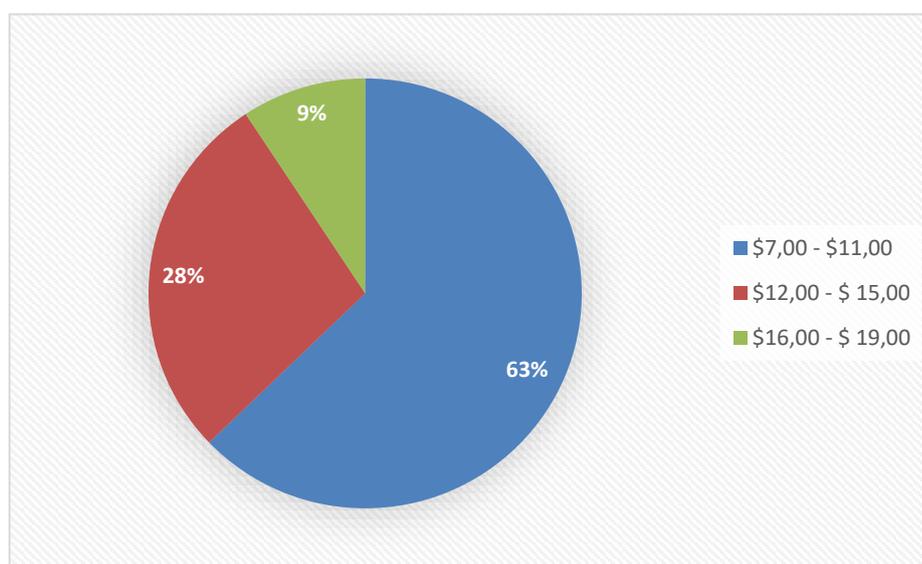


Ilustración 4-14: Cuánto estaría dispuesto a cancelar por el servicio de catering – por persona

Fuente: Encuesta a los moradores del Cantón Rumiñahui, (2022).

Realizado por: Moromenacho, A. 2022.

Análisis e Interpretación:

Los encuestados en esta pregunta sobre: cuanto estarían dispuesto a pagar por el servicio de catering respondieron que el 63% que equivale a 239 personas están dispuestos a pagar por el servicio en el rango de \$7,00 - \$11,00, mientras que el 28% que son 106 personas, señalan que podrían cancelar de \$12,00 - \$15, y existe un 9% que equivale a 35 personas lo cual podrán cancelar de 16,00 - \$ 19,00, solo por el servicio de catering.

Pregunta N.- 15. ¿Cuánto estaría dispuesto a cancelar por el servicio de desarrollo de eventos? (por persona)

Tabla 4-15: Cuanto estaría dispuesto a cancelar por el servicio de desarrollo de eventos – por persona

Variable	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
\$ 7,00 - \$ 10,00	265	69,7%
\$11,00 - \$ 14,00	115	30,3%
TOTAL	380	100%

Fuente: Encuesta a los moradores del Cantón Rumiñahui, (2022).

Realizado por: Moromenacho, A. 2022.

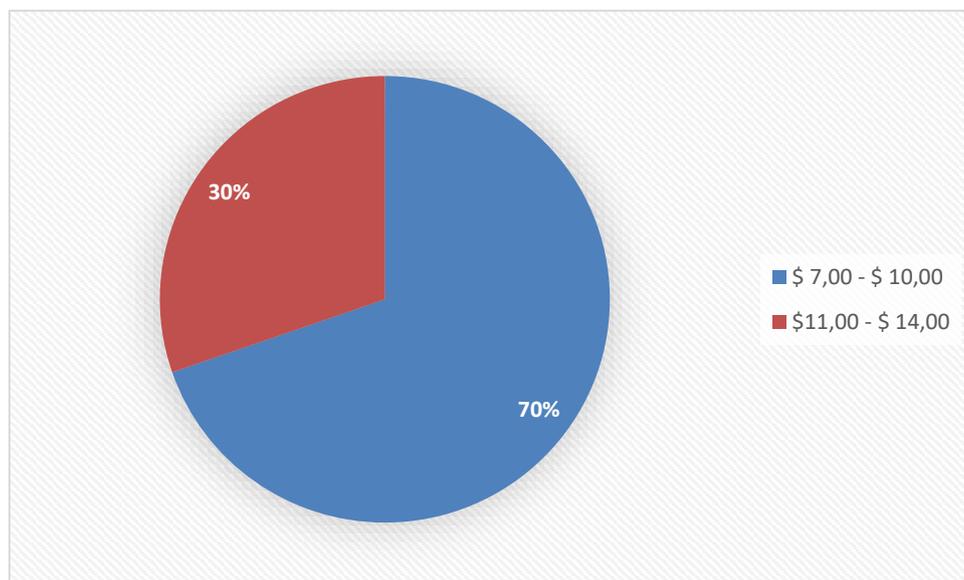


Ilustración 4-15: Cuánto estaría dispuesto a cancelar por el servicio de desarrollo de eventos – por persona

Fuente: Encuesta a los moradores del Cantón Rumiñahui, (2022).

Realizado por: Moromenacho, A. 2022.

Análisis e Interpretación:

De acuerdo con la mencionada pregunta existe un 70% que son 265 personas que están dispuestos a cancelar por el servicio de desarrollo de eventos en la categoría de \$7,00 - \$10,00, mientras el 30% que son 115 personas tienen la trascendencia a cancelar en la categoría de \$11,00 - \$14,00 por el servicio de desarrollo de eventos.

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

Tabla 4-16: Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de catering más el servicio de desarrollo de eventos -por persona)

Variable	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
\$ 14,00 - \$ 18,00	247	65%
\$ 19,00 - \$ 23,00	102	27%
\$ 24,00 - \$ 30,00	31	8%
TOTAL	380	100%

Fuente: Encuesta a los moradores del Cantón Rumiñahui, (2022).

Realizado por: Moromenacho, A. 2022.

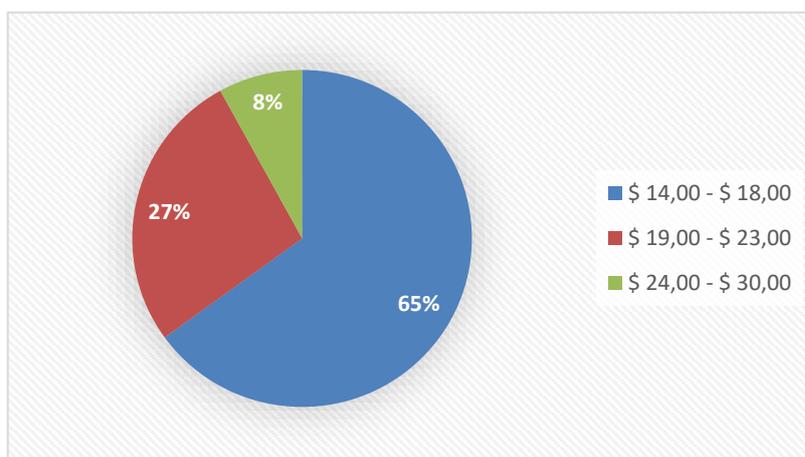


Ilustración 4-16: Cuánto estaría dispuesto a cancelar por el servicio de catering más el desarrollo de eventos – por persona

Fuente: Encuesta a los moradores del Cantón Rumiñahui, (2022).

Realizado por: Moromenacho, A. 2022.

Análisis e Interpretación:

Según la tabulación de las encuestas un 65% que son 247 personas, lo cual nos revelan que están dispuestos a pagar por el servicio de catering más el de desarrollo de eventos en un rango de \$14,00 - \$18,00, el 27% que son 102 personas señalan que cancelarían en un rango de \$19,00 - \$23,00, mientras que el 8% con 31 personas están dispuestos a cancelar un precio entre \$24,00 - \$30,00, por el servicio de catering más el servicio de desarrollo de eventos.

CAPÍTULO IV

5. MARCO PROPOSITIVO

5.1. ELABORACIÓN DE UN PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA UNA MICROEMPRESA DE CATERING Y EVENTOS EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA, CANTÓN RUMIÑAHUI, AÑO 2022.

5.2. Introducción

Para el desarrollo del marco propositivo se considera la aplicación de las fases que orienten al estudio de mercado para la creación de la microempresa de Catering, y poder conocer quiénes son las personas que están de acuerdo en utilizar el servicio, de esta forma determinaremos la demanda y oferta para verificar que existe una demanda insatisfecha, y mediante ello poder llegar con estrategias publicitarias, esta forma nos permitirá que los habitantes del Cantón Rumiñahui obtén por el servicio de catering y eventos, mismas personas que se convertirán en clientes fijos, a su vez el desarrollo administrativo se debe enfocar en analizar la parte legal y estructural de la microempresa, que ayude a orientar a todos los colaboradores a ser eficientes mediante el cumplimiento de la filosofía corporativa y organizacional para cada área de trabajo, donde cada integrante deberá tener un manual de funciones que determine las tareas de cada uno de los colaboradores y permita que el proceso sea detallados y oportunos en cada actividad a realizarse, todo esto incluye costos y gastos a fin de que se pueda determinar la viabilidad económica financiera para que estas estrategias sean aplicadas de forma correcta que determine rentabilidad para cada ciclo de la empresa obteniendo una ganancia adecuada.

5.3. Estudio de mercado

Se realizó un análisis del entorno en el cual se desarrollará la microempresa de catering y eventos, con la finalidad de localizar las oportunidades sobre las cuales se podrán ejecutar ideas innovadoras, para establecer las amenazas que pueden llegar a problematizar por ello fue necesario realizar un análisis de los siguientes factores:

5.3.1. *Demanda*

Para poder desarrollar la demanda se considera la población total del Cantón Rumiñahui, entre hombres y mujeres existe un total de 85.852 personas, por lo tanto, en la Parroquia Sangolquí siendo nuestro mercado objetivo cuenta con 58.254 habitantes; asumiendo así que la ciudad de

Sangolquí tiene el 67,85% de habitantes a nivel cantonal. Para proceder hacer el cálculo de la proyección de la demanda tomaremos como referencia a la población económicamente activa del cantón con un total de 41.266 habitantes y de Sangolquí con un 39.085 siendo esta la demanda actual.

5.3.2. *Proyección de la demanda*

Mediante las encuestas aplicadas la demanda se considera a la población de 39.085 habitantes y se considera la **pregunta 4: ¿Usted ha utilizado este servicio?** De tal manera parte de la población se demuestra que el 67,4% acceden al servicio de catering dando como resultado 26.343 de los cuales se analiza, **la pregunta 5** de que están aptos para el consumo del servicio y se obtiene un resultado del 74,4%, efectuando el cálculo da como resultado 19.599 habitantes que accederán al servicio y se considera la tasa de crecimiento poblacional es de 2,8% según datos del INEC, para la proyección de la demanda se considera la fórmula de (Baca, 2010) la cual se detalla a continuación:

$$D_p = D_A (1+i)^n$$

Dónde:

D_p = Demanda Proyectada

D_A = Demanda Actual

1 = Valor Constante

i = Tasa de crecimiento

n = Tiempo

Tabla 5-1: Proyección de la demanda

AÑO	DEMANDA
1	20.148
2	20.712
3	21.292
4	21.888
5	22.501

Fuente: (INEC, 2020)

Realizado por: Moromenacho, A. 2023.

5.3.3. *Oferta*

Para el desarrollo de la oferta se considera la población de la demanda actual que es de 19.599 para ello se establece la tasa de crecimiento de 2,8% con la diferencia de lo que trata la **pregunta**

6 sobre el tipo de eventos que ofrecerá el servicio de Catering y Eventos, poseyendo cada uno un grado de aceptación, se considera la fórmula de (Baca, 2010) que se detalla a continuación:

$$Op=OA (1+i)^n$$

Donde:

Op = Oferta Proyectada

OA= Oferta Actual

1= Valor Constante

i = Tasa de crecimiento

n= Tiempo

Oferta para graduación

La siguiente oferta corresponde a la aceptación de personas, que tienden a dar uso del servicio de catering y eventos para graduados con una aceptación de 21,1% lo cual será proyectado acorde a la aceptación de los demandantes que es de 19.599 dando un resultado de 4135.

Tabla 5-2: Proyección de la oferta para graduación

AÑO	OFERTA
1	4.251
2	4.370
3	4.493
4	4.618
5	4.748

Fuente: (INEC, 2020)

Realizado por: Moromenacho, A. 2023.

Oferta para bodas

Se demuestra que el ítem que contiene la oferta de los habitantes es de 19,55% de la demanda dando como resultado 3822 parte de la oferta para la utilización del servicio en bodas.

Tabla 5-3: Proyección de oferta para bodas

AÑO	OFERTA
1	3.929
2	4.039
3	4.152
4	4.268
5	4.388

Fuente: (INEC, 2020)

Realizado por: Moromenacho, A. 2023.

Oferta para bautizo/primer comunión/confirmación

Con igual porcentaje la oferta de bautizo mantiene una aceptación de 19,5% dando como resultado una oferta actual de 3822.

Tabla 5-4: Proyección de oferta para bautizo/primer comunión/confirmación

AÑO	OFERTA
1	3.929
2	4.039
3	4.152
4	4.268
5	4.388

Fuente: (INEC, 2020)

Realizado por: Moromenacho, A. 2023.

Oferta para Quinceaños/cumpleaños/ baby shower

Los resultados de la aceptación de la oferta para quinceaños/cumpleaños/ baby shower es del 17% correspondiente a oferta actual de 3332.

Tabla 5-5: Proyección de oferta de Quinceaños/cumpleaños/ baby shower

AÑO	OFERTA
1	3.425
2	3.521
3	3.620
4	3.721
5	3.825

Fuente: (INEC, 2020)

Realizado por: Moromenacho, A. 2023.

Oferta para reuniones familiares

Evidentemente la oferta de reuniones familiares genera el 13,7%, de tal manera que el número es 2685 hacer proyectadas.

Tabla 5-6: Proyección de oferta para reuniones familiares

AÑO	OFERTA
1	2.760
2	2.838
3	2.917
4	2.999
5	3.083

Fuente: (INEC, 2020)

Realizado por: Moromenacho, A. 2023.

Oferta para Reuniones de trabajo

Tomando en consideración la pregunta 6: ¿En qué tipo de evento utilizará el servicio de Catering y Eventos?, se pudo observar que en el literal donde dice Reuniones de trabajo, tiene la aceptación más baja con un 9,2%. Esto demuestra que este servicio será ofertado a 1803 habitantes.

Tabla 5-7: Proyección de la oferta para Reuniones de trabajo

AÑO	OFERTA
1	1.854
2	1.906
3	1.959
4	2.014
5	2.070

Fuente: (INEC, 2020)

Realizado por: Moromenacho, A. 2023.

5.3.4. *Demanda insatisfecha*

Para realizar la demanda insatisfecha se toma en cuenta la demanda menos la oferta de cada uno de los servicios a ofertar por parte de la microempresa.

Demanda insatisfecha para graduación

Tabla 5-8: Demanda insatisfecha para graduación

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DI
1	20.148	4.251	15.897
2	20.712	4.370	16.342
3	21.292	4.493	16.800
4	21.888	4.618	17.270
5	22.501	4.748	17.754

Fuente: Demanda y oferta (2023).

Realizado por: Moromenacho, A. 2023.

Demanda insatisfecha para bodas

Tabla 5-9: Demanda insatisfecha para bodas

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DI
1	20.148	3.929	16.219
2	20.712	4.039	16.673
3	21.292	4.152	17.140
4	21.888	4.268	17.620
5	22.501	4.388	18.114

Fuente: Demanda y oferta (2023).

Realizado por: Moromenacho, A. 2023.

Demanda insatisfecha para bautizo/primer comunión/confirmación

Tabla 5-10: Demanda insatisfecha para bautizo/primer comunión/confirmación

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DI
1	20.148	3.929	16.219
2	20.712	4.039	16.673
3	21.292	4.152	17.140
4	21.888	4.268	17.620
5	22.501	4.388	18.114

Fuente: Demanda y oferta (2023).

Realizado por: Moromenacho, A. 2023.

Demanda insatisfecha para Quinceaños/cumpleaños/ baby shower

Tabla 5-11: Demanda insatisfecha para Quinceaños/cumpleaños/ baby shower

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DI
1	20.148	3.425	16.723
2	20.712	3.521	17.191
3	21.292	3.620	17.673
4	21.888	3.721	18.167
5	22.501	3.825	18.676

Fuente: Demanda y oferta (2023).

Realizado por: Moromenacho, A. 2023.

Demanda insatisfecha para reuniones familiares

Tabla 5-12: Demanda insatisfecha para reuniones familiares

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DI
1	20.148	2.760	17.388
2	20.712	2.838	17.875
3	21.292	2.917	18.375
4	21.888	2.999	18.890
5	22.501	3.083	19.419

Fuente: Demanda y oferta (2023).

Realizado por: Moromenacho, A. 2023.

Demanda insatisfecha para Reuniones de trabajo

Tabla 5-13: Demanda insatisfecha para Reuniones de trabajo

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DI
1	20.148	1.854	18.295
2	20.712	1.906	18.807
3	21.292	1.959	19.333
4	21.888	2.014	19.875
5	22.501	2.070	20.431

Fuente: Demanda y oferta (2023).

Realizado por: Moromenacho, A. 2023.

5.4. Estudio del marketing

5.4.1. Plaza

Para la creación de la microempresa de catering y eventos en el Cantón Rumiñahui, expresa actividades que se debe desarrollar y como se pone el producto a disposición del consumidor, donde se analiza el manejo de efectivo, los canales de distribución logrando que el producto llegue al lugar adecuado, en las condiciones convenientes al cliente.

La creación de la nueva microempresa de Catering y Eventos en el Cantón Rumiñahui no necesita de intermediarios para la distribución del producto, por ello el canal de distribución es directa, parte de la microempresa al consumidor final como se muestra en la siguiente ilustración.

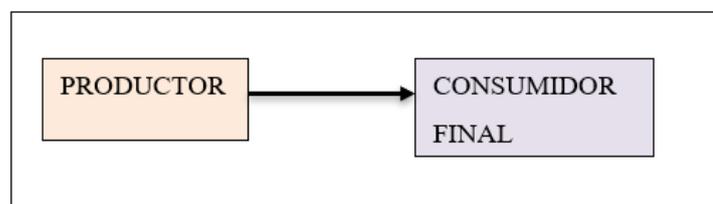


Ilustración 5-1: Canales de distribución

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Moromenacho, A. 2023.

5.4.2. Producto

La empresa brindará dos clases de servicios de catering y desarrollo de eventos, 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 Rumiñahui.

Los dos servicios prestados por la microempresa se adaptarán a las necesidades del cliente, fusionando sus gustos y preferencias. El servicio de catering contará con el servicio de alimentación, meseros, mantelería, cristalería, vajilla, como servicio complementario se ofrece la decoración de globos (arco de globos). Mientras el servicio de desarrollo de eventos sociales más el servicio de catering contará con todo lo antes mencionado más el alquiler del local.

Las materias primas que componen los menús y su respectivo proceso de elaboración serán respaldadas por normas de calidad e higiene, ya que se debe considerar los diferentes permisos sanitarios y legales. A más de ello periódicamente se renovará con el fin de ofrecer una gran variedad y calidad, los menús serán preparados el día específico del evento y con la materia prima que exista una relación de calidad-precio ajustándose al presupuesto del cliente. la cocina contará

con expertos certificados y validados que garantice unos platos acordes a las exigencias del cliente.

El proyecto de creación de catering organizará 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 en Sangolquí. Atendiendo las necesidades y requerimientos del cliente, según sea su disponibilidad con el propósito de que los clientes tengan a su disposición este servicio cuando ellos lo deseen, con previa reservación.

De esta forma se interpreta que la microempresa catering y eventos será creada con el fin de cubrir la demanda potencial que al momento se encuentra insatisfecha en el mercado del cantón Rumiñahui y con el tiempo ampliar la cobertura del mercado en otros cantones.

5.4.2.1. *Características del servicio*

La idea de la microempresa es ofrecer los servicios de catering, acorde a las necesidades de los clientes. Lo cual sirve para adquirir una ventaja competitiva en relación con locales que ofrecen servicios de comida y alquiler de local para realizar eventos sociales; de esta forma el cliente no se verá obligado a consumir solamente la oferta existente dentro del cantón, si no acorde a sus necesidades y su dinero.

A continuación, se describe los servicios que ofertará Catering.



Ilustración 5-2: Servicio de Catering y eventos

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Moromenacho, A. 2023.

La microempresa de catering y eventos en el Cantón Rumiñahui tendrá como principal característica, brindar el servicio de catering, en el local o en el lugar que el cliente lo requiera, si el servicio solicita meseros se pone a la disposición el número que el cliente pida. De este modo se limita la preparación de alimentos por el espacio reducido y los costos; pero si el cliente desea

se haga cargo de la comida, se realizará sin problema alguno, con el fin de cumplir con el pedido de los clientes.

En definitiva, los servicios que se ofrecerá contarán con un equipo de trabajo idóneo y capacitado con la finalidad de garantizar la calidad del servicio ofrecido, de esta forma se mantendrá la sostenibilidad adecuada y requerida por el mercado.

5.4.2.2. *Servicios de Catering*

El servicio de catering será una combinación adecuada de acorde al presupuesto y las expectativas del cliente lo cual será previo asesoramiento del cliente y las exigencias del mismo.

Tabla 5-14: Servicio de catering

Servicio de Catering	
<p>Evento social: Consta de un plato fuerte (bocaditos) ya que es brindado en compromisos sociales como son los cumpleaños, baby shower, fiestas.</p>	
<p>Evento Corporativo: Conformados por bocaditos, ya que este tipo de evento son dirigidos a conferencias, reuniones de trabajo, show room.</p>	
Servicio de Decoración:	
<p>Decoración romántica: Estilo formal, exclusión de colores fuertes, pero muy elegantes.</p>	
<p>Decoración ecléctica: Es una fusión de tradición y modernidad, debido a esto el ambiente debe ser divertido.</p>	
<p>Decoración clásica: Estilo clásico, elegante y de etiqueta, el lugar tiene que ser de calidad.</p>	

<p>Decoración minimalista: Se enfoca en la simpleza y elegancia, aquí se usa solo colores puros.</p>	
<p>Decoración moderna: Se basa en lo moderno. Este estilo refleja los gustos y la personalidad.</p>	

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Moromenacho, A. 2023.

Los productos y servicios que ofrecerá la microempresa de catering y eventos, donde su principal objetivo es que el cliente tenga la potestad de acceder y disfrutar del evento, donde prefiera el servicio a su comodidad, es decir nos ajustamos a su presupuesto.

MENÚ

PLATOS A LA CARTA: La carta es el compendio de todos los platos que ofrece Sagitario A'A, la carta admite múltiples variantes o variaciones a la hora de elegir la comida, en ello también existe el precio, es decir la elección de platos que se ha hecho después de consultar la carta. Plato a la carta es una variedad de menús que el cliente desea adquirir y deleitar.



Ilustración 5-3: Platos a la carta

Fuente: (Larrosa, 2021)

POSTRE: Alimento acorde a la elección del cliente y asesoramiento del personal dotando de un manjar idóneo para la ocasión que cumpla las expectativas del cliente.



Ilustración 5-4: Postres
Fuente: (Arguiñano, 2022)

BEBIDA: Escoger una buena bebida, es hidratar y endulzar tu alama, se ofertarán bebidas saludables, es decir jugos, batidos, aguas, entre otros. Todo ello basándonos en la preferencia del cliente.



Ilustración 5-5: Bebidas
Fuente: (Rivera, 2014)

5.4.3. *Precios*

El precio se considerará como un factor determinante para el proyecto, debido a que éste tiene considerable importancia al momento de determinar la utilidad de la microempresa en relación directa con la cantidad de ventas y además influye sobre la rotación correcta de productos la fijación de precios del presente proyecto se ira delimitando, partiendo de los costos de la microempresa.

Para alcanzar los objetivos de la microempresa, se debe controlar de manera eficaz la variable precio, para maximizar los beneficios y mantenerse en el mercado, para ello se establecerán precios utilizando criterios centrados en el cliente y manteniendo un nivel de precio del mercado y dependiendo el servicio que el cliente acceda conforme al estudio de mercado y aun análisis de los factores que influyen en costos, gastos basados en la competencia y de acuerdo con la capacidad de mercado.

5.4.3.1. *Analizar precios o tabla de precios*

Se considera el análisis porcentual de la pregunta 14, la cual nos dice: **¿Cuánto estaría dispuesto a cancelar por el servicio de catering? (por persona) ?**, sus resultados fueron de \$7,00 - \$11,00 con una aceptación de 62,8% siendo la más aceptada por ende se considera los factores para el desarrollo del proyecto se especula la cantidad de 10\$ por cada persona al ser un servicio que contiene una variedad de cosas y estos son considerados de acuerdo al negocio por ende este precio considera los factores, costos y gastos

5.4.4. *Publicidad*

La publicidad es una estrategia de mercadotecnia que envuelve la compra de un espacio en medios para divulgar un producto, servicio o marca, con el objetivo de alcanzar el público objetivo de la empresa e incentivarlo a comprar. (Giraldo, 2019)

Es por ello, que existirán medios de publicidad como: Radio, afiches, trípticos, páginas web, redes sociales, que la microempresa Sagitario A'A catering y eventos, gestionara para dar a conocer sus servicios y productos, de tal manera que los consumidores puedan conocer y mediante ello, opten por preferirnos.

La promoción y publicidad comprende todos los instrumentos de la combinación de marketing cuyo objetivo es la comunicación persuasiva. “Mediante la promoción la microempresa pretende transmitir las cualidades de sus productos y servicios a sus clientes, para que estos se vean

impulsados a adquirirlos, de tal manera sea mediante un sistema de transmisión de la información, para ello se utilizará los siguientes medios.

Tabla 5-15: Tipos de publicidad

Publicidad	Medios		Costos (incl. Iva.)
Radial	Emisoras de mayor frecuencia	Ecos De Rumiñahui,	300 mensual
		88.9 FM	320 mensual
		"LA VOZ DEL PAIS" 96.1 FM	330 mensual
Impresa	Diario de mayor difusión	LA HORA	340 mensual
	3000 trípticos		350 anual
	100 afiches		90 anuales
Digital	Página web		30
	Redes sociales		0

Fuente: Medios de comunicación del cantón Rumiñahui (2023).

Realizado por: Moromenacho, A. 2023.

Anuncios en la radio: Utilizando este medio, nos permitirá dar a conocer los productos y servicios de la microempresa, es decir se manejarán anuncios en la emisora Ecos Rumiñahui y la Voz Del País, donde se proporcionará una amplia difusión, a continuación, se describe el contexto del anuncio.

Si no sabes donde realizar tus eventos o compromisos sociales te ofrecemos todo tipo de arreglo, comida, discomóvil donde te ofertamos una experiencia única y acorde a tu presupuesto, lo cual nos ocupamos de todos los detalles cuidando tu salud con un servicio de calidad, excelente servicio justo y acogedor.

Estamos ubicados en Sangolquí, Barrio Alfredo Albornoz y calle Tumbaco.

Para más información, comunícate a: 0980797924.

Fuente: IMPRENTA Y GIGANTOGRAFIAS MD (2023).

Realizado por: Moromenacho, A. 2023.

5.4.4.1. Hojas volantes

Las hojas volantes son un medio de comunicación rápido e interactivo por lo que son utilizados en ferias, exposiciones, demostraciones y especialmente se harán llegar a las instituciones, generando interés y expectativas en potenciales consumidores.

MICROEMPRESA
SAGITARIO A.A.



Disfruta de eventos
elegantes e inolvidables
con el mejor servicio
que ofrece Catering y
eventos Moromenacho

☎ 0980797924

✉ catering_eventossagitario@gmail.com

📍 Sangolquí -Barrio Albornoz -Calle Tumbaxo.

🌐 www.cateringmoromenacho.com

¡Organizamos!

- Congresos
- Seminarios
- Conferencias
- Presentaciones
- Inauguraciones
- Comidas de negocios
- Bautismos
- Bodas
- Quinceaños
- Aniversarios
- Fiestas y reuniones
- Y mas.....



**Solo por este mesés
aprovecha de fabulosos
descuentos**

Ilustración 5-6: Afiche

Fuente: IMPRENTA Y GIGANTOGRAFIAS MD (2023).

Realizado por: Moromenacho, A. 2023.

5.4.4.2. Tarjetas de presentación



Ilustración 5-7: Tarjeta de presentación
Fuente: IMPRENTA Y GIGANTOGRAFIAS MD (2023).
Realizado por: Moromenacho, A. 2023.

5.4.4.3. Redes sociales



Ilustración 5-8: Publicidad en redes sociales
Fuente: Fan pech (2023).
Realizado por: Moromenacho, A. 2023.

5.5. Estudio administrativo

5.5.1. Constitución compañías de responsabilidad limitada

5.5.1.1. Empresa de responsabilidad limitada

La microempresa de catering prestadora de servicios tendrá la responsabilidad limitada porque estará conformada por dos socios, el capital suscrito mínimo para construir será de \$7.000,00. De este modo los pasos necesarios para construir son los siguientes:

Paso 1: Constitución de la compañía

- Notarias de Rumiñahui.
- Dirección de cualquier notaria del cantón Rumiñahui.
- Horario de atención: lunes a viernes (8:h00 am- 16:h30 pm)
- Registro mercantil.

Paso 2: Registro Único de Contribuyentes (RUC)

Ruc- Personas jurídicas

Son personas sujetas a derechos y obligaciones, no como persona si no, como una institución creada por unas o más personas y está regulado por el SRI.

Tabla 5-16: Requisitos del RUC

Requisitos	Procedimiento
<ul style="list-style-type: none">● Formulario RUC.● Copia de la escritura de constitución.● Nombramiento del representante legal. Inscrito en el registro mercantil.● Copia (cedula-papeleta de votación)● Original y copia (pago servicios básicos, teléfono)	<ul style="list-style-type: none">● Generar un turno en información.● Entregar todos los requisitos solicitados,● Retirar el RUC.
Lugar:	Servicios de Rentas Internas (SRI)
Lugar de trámite:	Cantón Rumiñahui; tiempo de entrega (25 min. aproximadamente)

Fuente: Registro Único del contribuyente (2023).

Realizado por: Moromenacho, A. 2023.

Paso 3: Patente Municipal

Tabla 5-17: Requisitos de la patente municipal

Requisitos:	<ul style="list-style-type: none">● Formulario de declaración de impuestos de patentes.● Original y copia (cedula-papeleta votación del propietario o representante legal)● Original y copia de RUC● Clave catastral
-------------	---

Procedimiento	<ul style="list-style-type: none"> ● Llenar el formulario con los datos solicitados. ● Generar un turno ● Ingresar el formulario en la ventanilla asignada en el turno ● Presentar en la ventanilla de recaudación la copia de formulario.
Lugar:	Municipio de Rumiñahui.

Fuente: GAD Municipal del Cantón Rumiñahui (2023).

Realizado por: Moromenacho, A. 2023.

Paso 4: Permiso de Funcionamiento del cuerpo de Bomberos de Rumiñahui.

Tabla 5-18: Requisitos de funcionamiento del cuerpo de bomberos

Requisitos	Procedimiento
<ul style="list-style-type: none"> ● Formulario de solicitud de inspección. ● Informe de la inspección ● Copia de la patente municipal. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Se procede a llenar el formulario con los datos solicitados del propietario. ● Ingresar el formulario de inspección en el departamento de prevención. ● Esperar un lapso de 1 a 8 días laborables para que se realice la inspección. ● Retirar el permiso-funcionamiento tras haber transcurrido 3 días de la inspección.
Lugar:	Oficinas del cuerpo de bomberos del cantón Rumiñahui.

Fuente: Cuerpos de bomberos de Rumiñahui (2023).

Realizado por: Moromenacho, A. 2023.

Paso 5: Informe de compatibilidad de uso de suelo.

Tabla 5-19: Requisitos de compatibilidad de uso del suelo

Requisitos	Procedimiento
<ul style="list-style-type: none"> ● Formulario de solicitud de compatibilidad de uso de suelo y además un formulario de solicitud de título de crédito de tasas de servicios administrativos. ● Comprobante de pago. ● Original y copia (patente municipal actualizado) 	<ul style="list-style-type: none"> ● Llenar los formularios con los datos respectivos. ● Entregar en la ventanilla de recaudación los formularios llenados. ● Ingresar el formulario de solicitud de compatibilidad de uso de suelo. ● Retirar el informe de compatibilidad de uso de suelo en la ventanilla respectiva.

<ul style="list-style-type: none"> ● Original y copia (cedula-papeleta votación del propietario o representante legal) 	
Lugar:	Municipio de Rumiñahui.

Fuente: GAD Municipal del Cantón Rumiñahui (2023).

Realizado por: Moromenacho, A. 2023.

Paso 6: Registro definitivo y licencia única anual de funcionamiento

Tabla 5-20: Requisitos de licencia anual de funcionamiento

Requisitos:	Procedimiento
<ul style="list-style-type: none"> ● Informe de compatibilidad de uso del suelo. ● Comprobante de pago de la patente Municipal. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Dentro de un periodo de 30 días, luego de haber obtenido el registro provisional, se ingresarán los requisitos completos, para el registro definitivo. ● Retirar inmediatamente el registro definitivo.
Lugar:	Municipio de Rumiñahui.

Fuente: GAD Municipal del Cantón Rumiñahui (2023).

Realizado por: Moromenacho, A. 2023.

Paso 7: Permiso sanitario

Tabla 5-21: Permiso sanitario

Requisitos:	Procedimiento.
<ul style="list-style-type: none"> ● Planilla de inspección. ● Solicitud de inspección. ● Certificado de registro definitivo ● Copias de carnes de salud ocupacional. ● Original y copia (cedula y papeleta de votación del propietario o representante legal) Información de regulación. ● Escritura de constitución legalizada en caso de ser persona jurídica ● Copia del RUC. ● Copia del certificado del cuerpo de Bomberos del cantón Rumiñahui 	<ul style="list-style-type: none"> ● Entregar la carpeta al inspector del centro de salud del cantón Rumiñahui. ● Esperar que el inspector realice la visita. ● Retirar la plantilla de inspección y la carpeta con todos los documentos del establecimiento. ● Ingresar la carpeta más la plantilla de inspección en las respectivas ventanillas de la dirección provincial de salud de Rumiñahui. ● Entregar el comprobante de pago de la tasa de salud en las respectivas ventanillas

Lugar:	Dirección Provincial de Salud del cantón Rumiñahui.
--------	---

Fuente: Ministerio de Salud (2023).

Realizado por: Moromenacho, A. 2023.

Paso 8: Permiso para la instalación de publicidad exterior

Tabla 5-22: Permiso para la instalación de publicidad externa

Requisitos:	Procedimiento
<ul style="list-style-type: none"> ● Copia de la patente municipal actualizada. ● Original y copia (cedula y papeleta de votación del propietario o representante legal) ● Escritura de constitución legalizada, si es persona jurídica. ● Copia de la carta de pago del impuesto predial. ● Autorización escrita del dueño del inmueble notariada. ● Informe de compatibilidad de uso del suelo. ● Croquis y foto actualizada de la empresa. ● Comprobante de pago de la tasa de publicidad exterior. ● Formulario de solicitud para el permiso de publicidad exterior. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Entregar todos los requerimientos en la ventanilla de entrega y recepción de documentos del municipio. ● Esperar por un periodo de 7 días laborables al inspector. ● Retirar y pagar el valor de la tasa de publicidad en la ventanilla. ● Entregar el comprobante de pago en la ventanilla de entrega y recepción de documentos.
Lugar:	Municipio del cantón Rumiñahui.

Fuente: GAD Municipal del Cantón Rumiñahui (2023).

Realizado por: Moromenacho, A. 2023.

5.5.2. Creación de filosofía corporativa

5.5.2.1. Nombre de la microempresa

SAGITARIO A'A

5.5.2.2. Eslogan

Elegante como tu gusto que te des gusto

5.5.2.3. Logo tipo



Ilustración 5-9: Logo tipo

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Moromenacho, A. 2023.

5.5.2.4. Misión

Para realizar la misión de la microempresa, se utilizó un formato que nos brinda un enfoque claro y preciso, para establecer e identificar los elementos necesarios en la formulación de una misión empresarial mediante la contestación de las siguientes preguntas.

Tabla 5-23: Preguntas para ejecución la misión

NUESTRA IDENTIDAD Y RAZÓN DE SER	
Quiénes somos	Somos una empresa dedicada al servicio de catering.
Cuáles son los productos o servicios actuales más importantes de la empresa.	La organización de eventos especiales tanto sociales como corporativos, nos adaptamos a la particularidad de cada ocasión para brindar el mejor servicio con calidad
Quiénes son los clientes de la empresa.	La ciudadanía e instituciones
Cuál es la tecnología básica de la empresa.	Utilizando maquinaria de punta que la nueva tecnología nos ofrece.
Cuáles son las fortalezas y ventajas competitivas claves de la empresa.	Brindar experiencia en el mercado, con personal capacitado en el área de servicio de catering y eventos.
Cuáles son las actitudes y hábitos que los clientes esperan ver en nosotros.	Prestando un servicio ágil y eficiente.

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Moromenacho, A. 2023.

Misión propuesta

Somos una microempresa dedicada al servicio de catering y la organización de eventos especiales tanto sociales como corporativos, nos adaptamos a la particularidad de cada ocasión para brindar el mejor servicio con calidad, utilizando la mejor creatividad con personal capacitado que presta un servicio ágil y eficiente.

5.5.2.5. Visión

La visión de la microempresa se estableció tomando en cuenta los principios y valores que presentan una proyección de lo que se quiere conseguir a futuro.

Tabla 5-24: Preguntas para ejecución de la visión

Nuestra Proyección	
Cuáles son los principales desafíos que asumimos para el futuro de la empresa en sus próximos 5 años	Queremos llegar a ser una microempresa líder en el servicio de catering
Cuáles son los aspectos fundamentales que queremos mejorar o consolidar en sus próximos 5 años	Perfeccionar el servicio de alimentos al cliente satisfaciendo hasta el más exigente paladar.
En qué queremos ser líderes.	Queremos ser líderes en el servicio de catering y eventos

Cómo nos vemos como negocio en los próximos 5 años	Preparada para los más grandes retos y con nuevas sucursales teniendo como base de su servicio la ética, puntualidad y calidad.
--	---

Fuente: Investigación de campo (2023).
Realizado por: Moromenacho, A. 2023.

Visión propuesta

Para el año 2027 queremos llegar a ser una microempresa líder en el servicio de catering, y la organización de eventos especiales tanto sociales como corporativo perfeccionando el servicio de creatividad, satisfaciendo las expectativas del cliente y preparando a enfrentar los retos teniendo como base la ética, puntualidad, calidad y los más altos estándares de higiene en cada proceso a desarrollar.

5.5.2.6. Principios

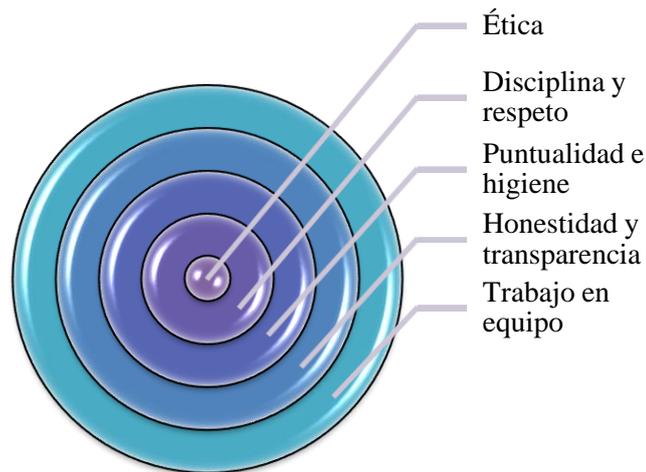


Ilustración 5-10: Principios

Realizado por: Moromenacho, A. 2023.
Fuente: (Accion democrática, 2022)

5.5.2.7. Valores

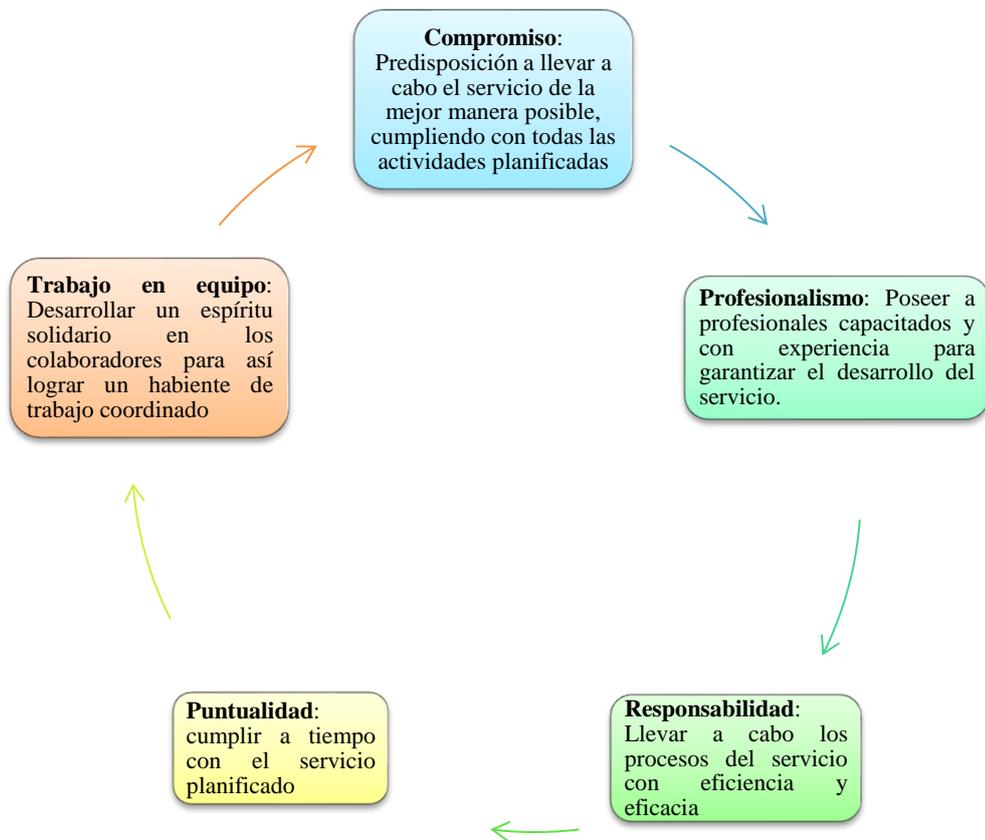


Ilustración 5-11: Valores

Realizado por: Moromenacho, A. 2023.

5.5.2.8. Políticas

Para un adecuado funcionamiento de la microempresa SAGITARIO A'A se establecen políticas a seguir por parte de todos quienes la conforman.

Tabla 5-25: Políticas

- Los colaboradores de la microempresa deben conocer y poner en práctica la misión y visión para que los clientes reciban la mejor atención.
- Puntualidad con los pedidos para evitar malestar en los clientes.
- El personal debe mantener el aseo, higiene y buena presentación para que el cliente a primera vista tenga una buena impresión.
- Cumplir por parte de todo el equipo de trabajo con las normativas y reglamento laboral.
- Trabajar con eficiencia y eficacia para optimizar los recursos económicos y tiempos.
- Proporcionar al cliente un producto sano de excelente sabor y nutritivo en base a nuestros esfuerzos y mejorando nuestra cultura de servicios en cuanto a calidad.

- Cada colaborador debe tener una responsabilidad personal en la manera que coopera con los demás ya sea como responsable de un equipo o como colega.
- El respeto y la confianza son dos condiciones previas a una buena relación profesional, cualquier forma de intolerancia de acoso o discriminación será considerada como la expresión de una falta de respeto elemental y no será tolerada.
- En caso de desacuerdo entre un empleado y su superior o entre empleados, cada quien será escuchado de manera equitativa, y el dueño velará porque un desacuerdo será tratado con imparcialidad.
- Crédito a los clientes 30 días y plazo para pago a proveedor de 30 a 45 días.

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Moromenacho, A. 2023.

5.5.2.9. *Objetivos estratégicos*

- **Incrementar la publicidad mediante la creación del departamento de Marketing.**

SAGITARIO A'A. se propone como objetivo principal incrementar las ventas mediante la publicidad, para poder llegar con su servicio a más personas que requieren del catering y ofrecer el servicio a eventos para ocasiones especiales, para ello la microempresa necesita enfocarse en mejorar sus procedimientos para llegar a la eficiencia, y así poder contrarrestar su competencia con la mejora del servicio al cliente enfocándose en la capacitación del personal para así obtener un procedimiento adecuado que mejore la productividad y eficiencia en todas sus áreas.

- Incrementar la rentabilidad y reducir los costos.
- Incrementar la vinculación de clientes actuales.
- Mejorar el nivel de satisfacción de nuestros clientes actuales.
- Incentivación y motivación al personal.

- **Cultura y clima organizacional.**

Se busca implementar un sistema, en que el personal se encuentre satisfecho en el lugar de trabajo, es decir se busca un análisis para saber la conducta y actitudes de los empleados que está influida por el ambiente en la organización. De igual forma identificar un parámetro a nivel general sobre la percepción dentro y fuera de la microempresa del personal para lograr establecer un ambiente de trabajo propicio para que la productividad se incremente con incentivos y mayor compañerismo.

Para esto se debe implementar planes para la motivación del personal

- Crear reglamentos y manuales para mejorar la cultura y clima organizacional
- Crear un plan de incentivos de acuerdo al rendimiento de cada persona
- Facilitar la participación y trabajo en grupo
- Distribución de liderazgo y poder
- Identificar lo que se desea cambiar y que no podía modificarse

- **Disminuir el nivel de endeudamiento**

El objetivo en el cual se ha enfocado la microempresa SAGITARIO A'A es la disminución de la deuda que es mediante un financiamiento bancario, misma que será cancelada mes a mes dependiendo las políticas de la institución financiera donde se desarrolle el crédito

- Identificar y priorizar las deudas
- Identificar y reducir gastos
- Determinar un monto para el pago de cuentas por pagar

5.5.2.10. *Metas*

Tabla 5-26: Metas

- Satisfacer las necesidades y los deseos inmediatos de nuestros clientes, ofreciendo una amplia variedad de decoraciones y comida, con costos adecuados, que nos permitan ofrecer buenos precios y oportunidades de beneficio.
- Proporcionar a nuestros empleados una tarea llena de sentido, con oportunidades de progreso en la MICROEMPRESA SAGITARIO A'A.
- Incrementar las ventas en un porcentaje adecuado para finales de cada ciclo contable.
- Estar en constantes programas de capacitación para el personal y socios de la microempresa para mantener innovación en el servicio y lograr la superación del personal para mejorar la eficiencia en la producción, en la relación humana y profesional.
- Cumplir y estar al día con las obligaciones laborales y tributarias para participar en las licitaciones o contratos de servicio de catering en el sector público.

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Moromenacho, A. 2023.

5.5.2.11. Creación del organigrama

Las relaciones de autoridad y responsabilidad, que tendrá la microempresa se representan a través del organigrama estructural y funcional, de la siguiente manera:

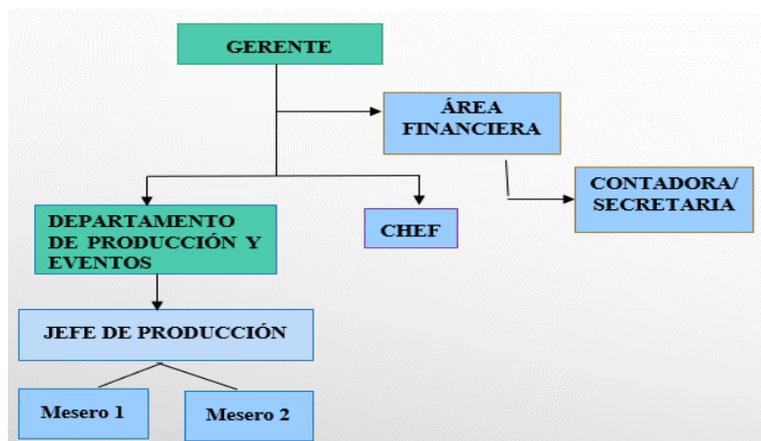


Ilustración 5-12: Organigrama estructural

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Moromenacho, A. 2023.

5.5.2.12. Propuesta del manual de funciones

Tabla 5-27: Manual de funciones del gerente

<p>CÓDIGO: 01</p> <p>TÍTULO DEL PUESTO: Gerente</p> <p>NATURALEZA DEL TRABAJO: Planear, organizar, dirigir y controlar las actividades de la empresa.</p> <p>FUNCIONES DEL PUESTO:</p> <ul style="list-style-type: none">• 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 <p>CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE: El puesto requiere donde mando, liderazgo, responsabilidad económica y financiera, trabajo bajo presión, cumplimiento de metas, nivel de gestión óptimo.</p> <p>REQUISITOS MÍNIMOS:</p> <ul style="list-style-type: none">• Instrucción Formal: Superior• Título: Ingeniero Administración de Empresas• Experiencia: Un año en actividades afines• Capacitación: Cursos en liderazgo, alta gerencia, manejo de paquetes informáticos

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Moromenacho, A. 2023.

Tabla 5-28: Manual de funciones del área financiera

<p>CÓDIGO: 02</p> <p>TÍTULO DEL PUESTO: Contadora-secretaria</p> <p>NATURALEZA DEL TRABAJO: Realizar labores de redacción de documentos, archivos de correspondencia y atención al público.</p> <p>FUNCIONES DEL PUESTO:</p> <ul style="list-style-type: none">• Atender a los clientes, Brindar información.• 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 <p>CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE: Eficiencia, responsabilidad, lealtad y reserva sobre los asuntos internos de la organización, cumplir disposiciones del nivel superior.</p> <p>REQUISITOS MÍNIMOS:</p> <ul style="list-style-type: none">• Instrucción Formal: Media• Título: Bachiller en Secretariado.• Experiencia: Un año en funciones similares• Capacitación: Manejo programas informáticos básicos, Técnicas de Redacción Comercial, Curso de relaciones humanas.

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Moromenacho, A. 2023.

Tabla 5-29: Manual de funciones del jefe de producción y eventos

CÓDIGO: 03

TÍTULO DEL PUESTO: Jefe de producción y eventos

NATURALEZA DEL TRABAJO: Dirigir y organizar las labores de producción y elaboración de eventos, mantenimiento de equipo de la empresa.

FUNCIONES DEL PUESTO:

- Cumplir disposiciones del nivel superior.
- Receptar la materia prima y los insumos que ingresan para su transformación.
- Realizar el control de calidad durante el proceso de elaboración.
- Elaborar informes
- Realizar control de inventarios de materia prima
- Asesorar en aspectos de compra.
- Las demás que por disposición superior le sean requeridas.

FUNCIONES DEL PUESTO: Meseros

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

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE: Actitud positiva, iniciativa, responsabilidad y ética profesional.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- **Instrucción Formal:** Superior
- **Título:** Ingeniero en Industrias
- **Experiencia:** Dos años en funciones similares
- **Capacitación:** Manejo de programas informáticos para producción industrial, cursos de relaciones humanas.

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Moromenacho, A. 2023.

Tabla 5-30: Manual de funciones Chef

CÓDIGO: 04

TÍTULO DEL PUESTO: Chef y ayudante de cocina

NATURALEZA DEL TRABAJO: Implica trabajo directo con el proceso de elaboración y decoración establecidos en todos sus procesos.

FUNCIONES DEL PUESTO: Chef

- 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

FUNCIONES DEL PUESTO: Ayudante de cocina

- 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.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE HABILIDADES

- Tener conocimientos en lavado de ropa.
- Conocimientos en manejo de lavadoras y secadoras.

DESTREZAS

- Ser responsable
- Ser amable
- Tener carácter activo y colaborador

REQUISITOS:

- **Título:** Bachiller

EXPERIENCIA

- Mínimo un año de experiencia

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Moromenacho, A. 2023.

5.6. Estudio técnico

El objetivo del estudio técnico es determinar los componentes necesarios para implementar el negocio de Catering denominado SAGITARIO A'A, a continuación, se describen los componentes necesarios para este estudio.

5.6.1. Localización óptima del proyecto

El estudio de la localización tiene el objetivo de seleccionar la ubicación del lugar más apropiado, de tal forma que represente beneficios tanto para los propietarios como para los usuarios del servicio, de tal forma que no afecte el costo y algunos factores condicionantes.

Hay que tomar en cuenta que un factor importante para la localización del proyecto es el medio ambiente, ya que de cierta forma se podría afectar a la población que habita alrededor de la microempresa.

5.6.1.1. Macro Localización



Ilustración 5-13: Macro localización

Fuente: (Google Maps, 2023)

De esta forma se determinó que la Microempresa SAGITARIO A'A estará ubicado en la provincia de Pichincha, en el cantón Rumiñahui.

5.6.1.2. Micro localización

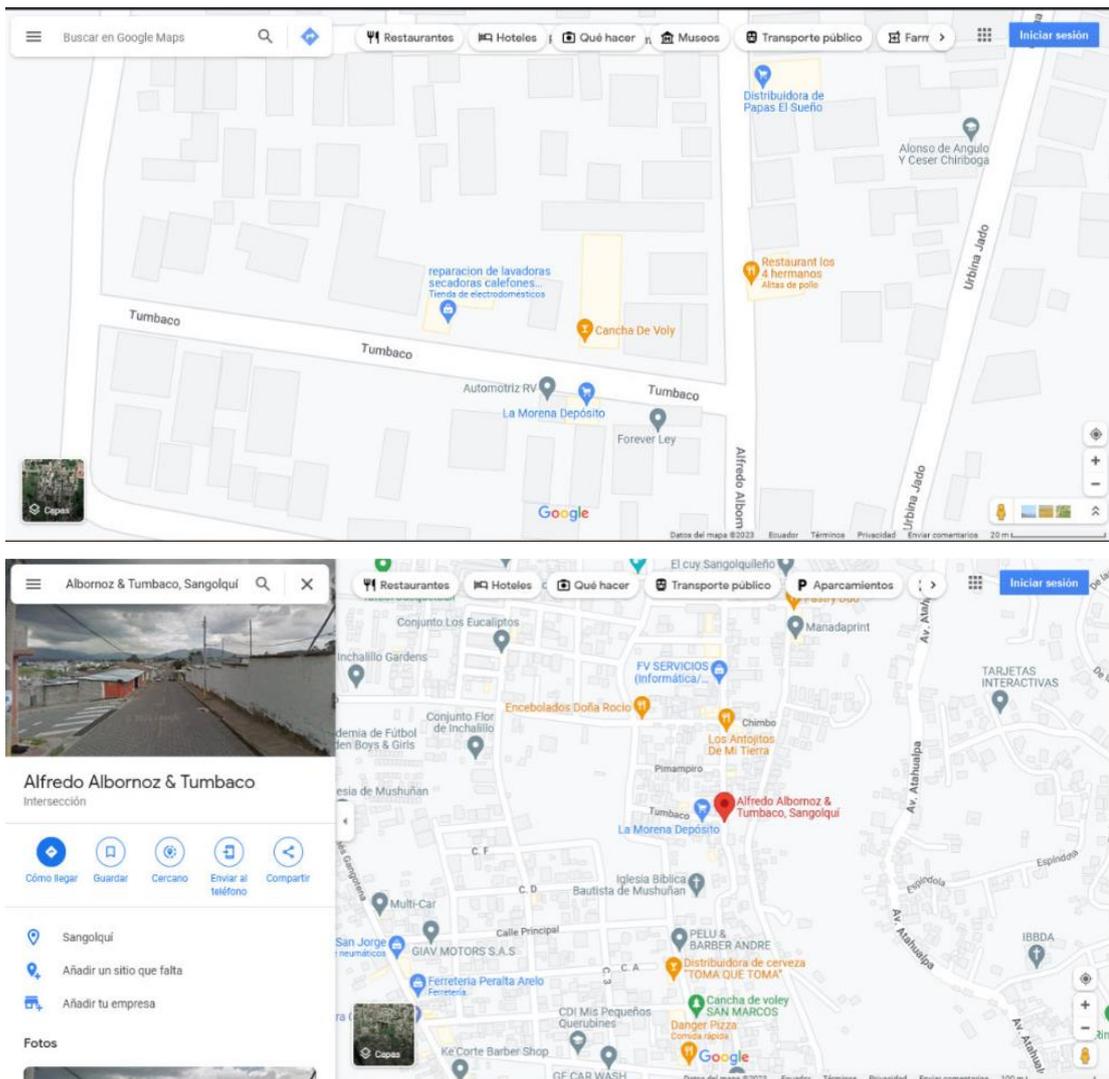


Ilustración 5-14: Micro localización

Fuente: (Google Maps, 2023)

La microempresa Catering está ubicado en el cantón Rumiñahui, exclusivamente Sangolquí, sector Alfredo Albornoz y calle Tumbaco, este establecimiento cuenta con el espacio adecuado para la instalación la microempresa Sagitario A' A, donde ensamblará un local en forma de oficina para la información al usuario, mismo que cuenta con un espacio amplio para brindar los servicios de catering y eventos, entre ellos se considera lo siguiente:

- Infraestructura apropiada
- Servicios básicos
- Wifi
- Fácil accesibilidad
- Parquadero

Estos factores ayudan a generar una ventaja competitiva frente a los locales que ofrecen los servicios de catering y eventos, permitiendo ser una buena opción ante la competencia.

5.6.2. *Determinación óptima del tamaño de la planta*

Para determinar el tamaño óptimo de la planta es necesario tomar en cuenta los siguientes factores descritos a continuación:

- Número de los trabajadores
- Nivel de la demanda
- Oferta efectiva
- Capacidad instalada
- Inversión.

5.6.3. *Capacidad instalada*

Para el presente proyecto se analiza una capacidad del 18% de la demanda insatisfecha por tal motivo se aplicará para todos los servicios.

5.6.3.1. *Capacidad instalada para graduación*

Tabla 5-31: Capacidad instalada para graduación

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DI	A CUBRIR
				18%
1	20.148	4.251	15.897	2.861
2	20.712	4.370	16.342	2.942
3	21.292	4.493	16.800	3.024
4	21.888	4.618	17.270	3.109
5	22.501	4.748	17.754	3.196

Fuente: Estudio de mercado, demanda insatisfecha (2023).

Realizado por: Moromenacho, A. 2023.

5.6.3.2. *Capacidad instalada para bodas*

Tabla 5-32: Capacidad instalada para bodas

				A CUBRIR
AÑO	DEMANDA	OFERTA	DI	18%
1	20.148	3.929	16.219	2.919
2	20.712	4.039	16.673	3.001
3	21.292	4.152	17.140	3.085
4	21.888	4.268	17.620	3.172
5	22.501	4.388	18.114	3.260

Fuente: Estudio de mercado, demanda insatisfecha (2023).

Realizado por: Moromenacho, A. 2023.

5.6.3.3. Capacidad instalada para bautizo/primer comunión/confirmación

Tabla 5-33: Capacidad instalada para bautizo/primer comunión/confirmación

				A CUBRIR
AÑO	DEMANDA	OFERTA	DI	18%
1	20.148	3.929	16.219	2.919
2	20.712	4.039	16.673	3.001
3	21.292	4.152	17.140	3.085
4	21.888	4.268	17.620	3.172
5	22.501	4.388	18.114	3.260

Fuente: Estudio de mercado, demanda insatisfecha (2023).

Realizado por: Moromenacho, A. 2023.

5.6.3.4. Capacidad instalada para Quinceaños/cumpleaños/ baby shower

Tabla 5-34: Capacidad instalada para Quinceaños/cumpleaños/ baby shower

				A CUBRIR
AÑO	DEMANDA	OFERTA	DI	18%
1	20.148	3.425	16.723	3.010
2	20.712	3.521	17.191	3.094
3	21.292	3.620	17.673	3.181
4	21.888	3.721	18.167	3.270
5	22.501	3.825	18.676	3.362

Fuente: Estudio de mercado, demanda insatisfecha (2023).

Realizado por: Moromenacho, A. 2023.

5.6.3.5. Capacidad instalada para reuniones familiares

Tabla 5-35: Capacidad instalada para reuniones familiares

				A CUBRIR
AÑO	DEMANDA	OFERTA	DI	18%
1	20.148	2.760	17.388	3.130
2	20.712	2.838	17.875	3.217
3	21.292	2.917	18.375	3.308
4	21.888	2.999	18.890	3.400
5	22.501	3.083	19.419	3.495

Fuente: Estudio de mercado, demanda insatisfecha (2023).

Realizado por: Moromenacho, A. 2023.

5.6.3.6. Capacidad instalada para Reuniones de trabajo

Tabla 5-36: Capacidad instalada para Reuniones de trabajo

				A CUBRIR
AÑO	DEMANDA	OFERTA	DI	18%
1	20.148	1.854	18.295	3.293
2	20.712	1.906	18.807	3.385
3	21.292	1.959	19.333	3.480
4	21.888	2.014	19.875	3.577
5	22.501	2.070	20.431	3.678

Fuente: Estudio de mercado, demanda insatisfecha (2023).

Realizado por: Moromenacho, A. 2023.

El análisis a cada uno de estos factores permite obtener un panorama claro en cuanto a la viabilidad o riesgos que representa la implementación de esta propuesta.

La MICROEMPRESA SAGITARIO A'A, contará con 8 espacios de trabajo, ya que la microempresa considera que es importante para cubrir la oferta calculada anteriormente. El nivel de la demanda de acuerdo con los datos obtenidos en la encuesta en la pregunta 5 se evidencia la captación de 17%.

Tabla 5-37: Tamaño óptimo de la planta

Descripción	Área
Oficina Administrativa	12m ²
Oficina de información, exhibición y ventas	14m ²
Catering (cocina para preparar bocaditos, etc.)	24m ²
Área de decoración	17,5m ²
Área sanitaria	6m ²
Bodega	7,5m ²
Parqueadero	32m ²
Pasillo (espacio libre)	15m ²

Fuente: Investigación de campo (2023)

Realizado por: Moromenacho, A. 2023.

5.6.3.7. Distribución de la planta

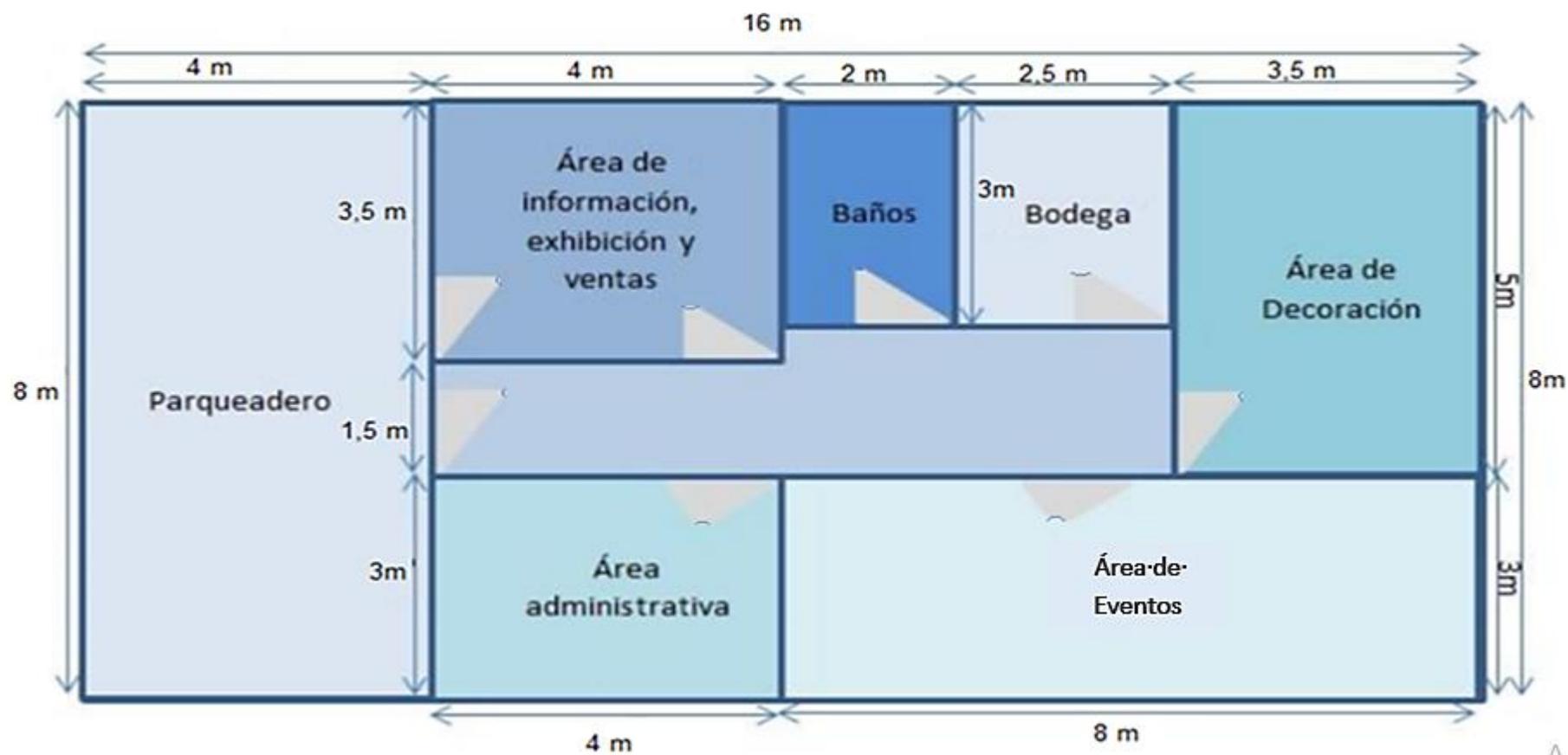


Ilustración 5-15: Distribución de planta

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Moromenacho, A. 2023.

5.6.4. Ingeniería de proyecto

5.6.4.1. Servicio- proceso

El servicio de Catering y Eventos SAGITARIO A'A, con diferentes proformas se ofertará acorde a la ocasión o simplemente al gusto del cliente, la exposición y análisis del proceso de producción de los servicios que se presentan en el proyecto se lo formará mediante flujogramas, ya que es un método sencillo para representar el proceso.

5.6.4.2. Diagrama de flujo

Se realiza el diagrama de flujo de con el fin de establecer la forma más proporcionada de desarrollar el servicio de la microempresa.

Flujograma del servicio

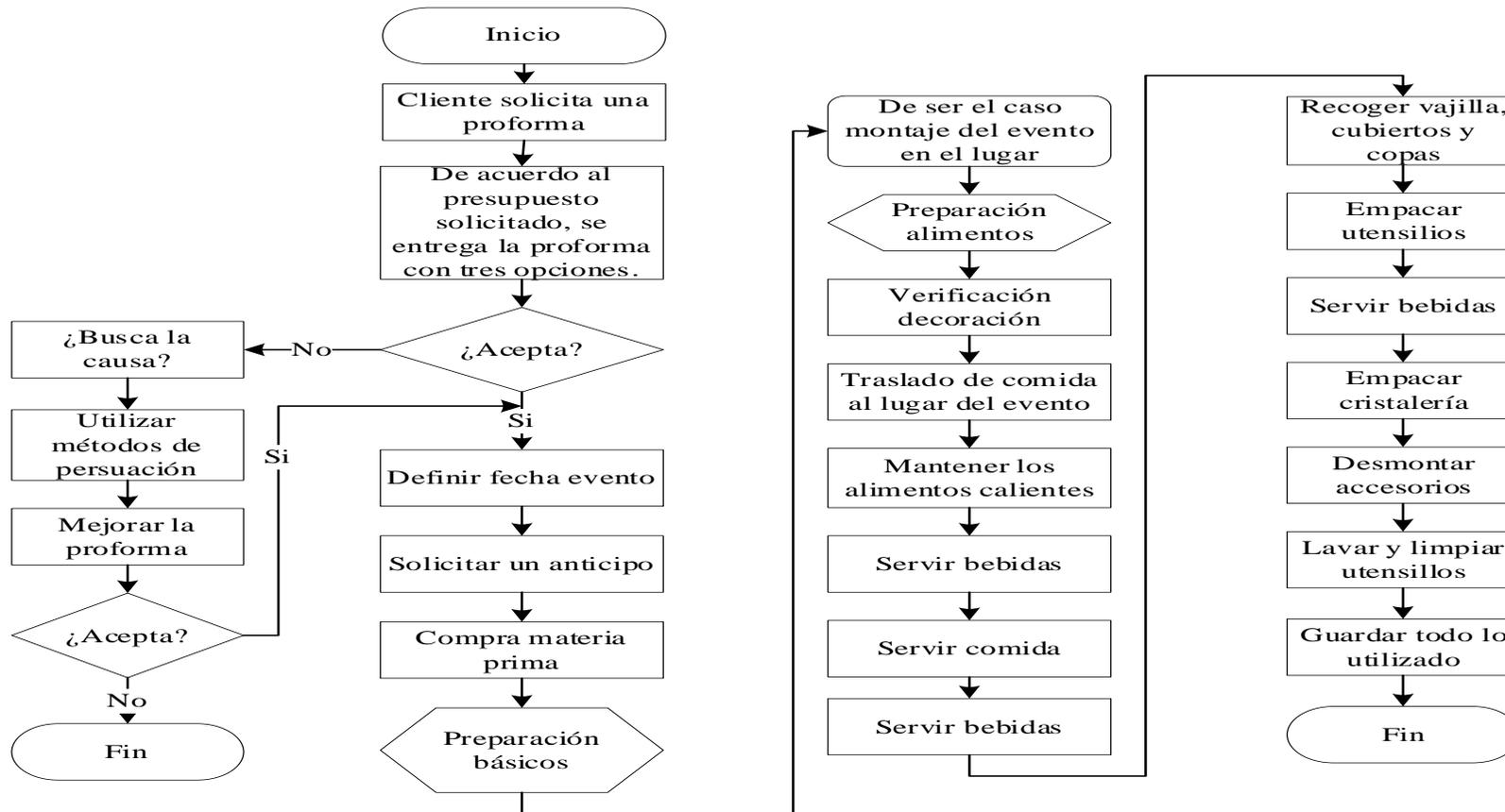


Ilustración 5-16: Flujograma de prestación del servicio

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Moromenacho, A. 2023.

Flujograma de procesos de comida

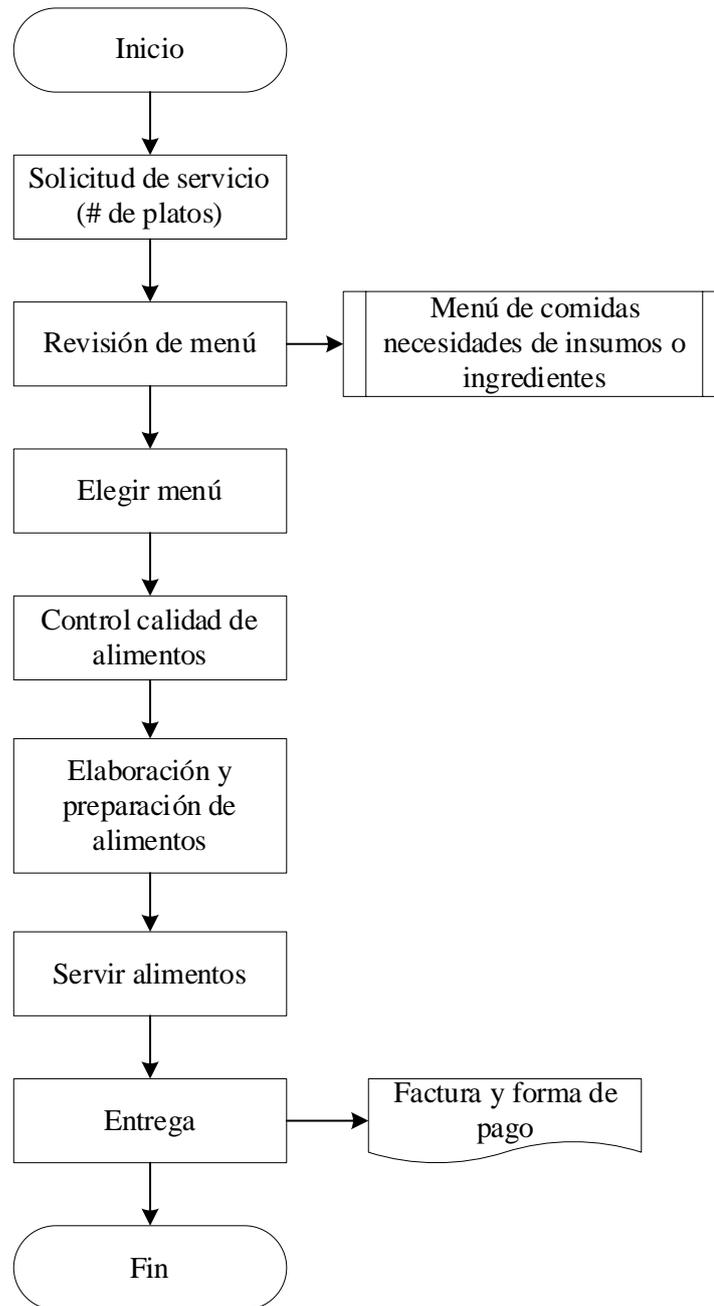


Ilustración 5-17: Proceso de elaboración de comida

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Moromenacho, A. 2023.

Descripción del proceso para el servicio

El proceso de producción del servicio de la microempresa inicia al momento que el cliente realiza el pedido o la cotización, y de acuerdo a lo que requiera se procede a realizar el contrato con el tipo de servicios y las amonestaciones del cliente, posterior a ello, se exige la cancelación del 50%, es decir queda pendiente el restante del total. 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 y procede a realizar 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 microempresa 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 transportan 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, se le añade una lista que el administrador realiza con los servicios adicionales, el cliente haya solicitado para posterior contactar con los oferentes y realizar compras para que la decoradora prepare el local.

Estado Inicial

La MICROEMPRESA SAGITARIO A'A necesita el equipamiento adecuado e idóneo para mantener un desarrollo eficaz en cada una de sus actividades. En la siguiente tabla se describe los materiales necesarios.

Tabla 5-38: Materiales

Materiales básicos para decoración		Materiales básicos de Catering	
Descripción	Figura	Descripción	Figura
Mantelería en varios diseños y colores		Utensilios de cocina	
Centros de mesa		Vajilla	
Telas en diferentes tipos y colores		Moldes para alimentos y postres.	
Alambre para decoración.		Mantelería.	

Flores (naturales y artificiales)		Mantenedores de calor para alimentos.	
Cintas de tela.		Dispensador de bebidas	
Hilos (metalizado, lana, nylon)		Equipos para pastelería.	
Suministros de papelería. <ul style="list-style-type: none"> ● Cintas adhesivas y plástico. ● Globos ● Pegamentos. ● Espuma Flex. ● Escarcha. ● Fomix. ● Papel (crepe, picado, celofán, seda) ● Marcadores ● Pintura. ● Inflador de globos ● Pinceles. 		Equipos para corte de alimentos.	
		Triturador de alimentos.	
		Equipo para refrigeración (nevera y congelador)	
		Equipo para cocción. (Estufas, hornos, parrillas, planchas, ollas eléctricas).	

Fuente: (Utensilios del Chef, 2023).
Realizado por: Moromenacho, A. 2023.

5.7. Estudio ambiental

Para el presente proyecto se manejará el siguiente plan ambiental, descrito en los siguientes apartados.

Capacitar y concientizar a todo el personal de la microempresa SAGITARIO A'A acerca de la importancia del reciclaje por medio de un correcto uso de productos y manejo del desperdicio, y practicarlo en cada proceso que genere un desperdicio.

Utilizar materiales e insumos de aseo y limpieza que sean amigables con el medio ambiente en cada uno de los procesos que brinde la microempresa.



Ilustración 5-18: Reciclaje – Empresa Catering
Fuente: Investigación de campo (2023).

5.8. Estudio financiero

El estudio económico examina la información adquirida tanto en el estudio de mercado con cada una de sus estrategias al igual que el estudio técnico para así poder definir la cantidad de las inversiones que se necesita para iniciar el proyecto y poder confrontar ingresos en un futuro, al realizar la proyección del flujo de caja, estado de resultados, balance general, así también nos permitirá examinar las diferentes alternativas de financiamiento y los índices financieros para tener mayor claridad sobre la creación de la microempresa Sagitario A’A. de catering y eventos.

5.8.1. Inversiones iniciales

Para la evidencia de los costos y gastos del proyecto se considera examinar aspectos importantes vinculados con la tecnología, precios, la infraestructura, y los costos de inversión de producción.

5.8.2. Inversión fija

Para la creación de la microempresa de catering y eventos Sagitario A’A, las inversiones fijas se consideran a todo tipo de activos para el funcionamiento, cuya finalidad es proveer las condiciones necesarias para llevar a cabo las actividades de forma ordenada y concreta para brindar un excelente servicio.

Tabla 5-39: Inversión fija

Descripción	Valor Total
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	\$ 10.000,00
Terreno	\$ 3000,00
Edificio	\$ 7.000,00
EQUIPO PARA LA EMPRESA	\$ 7.974,00
Maquinaria y equipos (producción)	\$ 7.974,00
MUEBLES Y EQUIPOS ADMINISTRACIÓN	\$ 7.800,00
Muebles y enseres	\$ 7.800,00
EQUIPO DE COMPUTO	\$ 945,00
Equipo de computo	\$ 945,00
VEHÍCULO	\$ 8.000,00
Vehículo	\$ 8.000,00
TOTAL, INVERSIONES FIJAS	\$ 34.719,00

Fuente: Proformas (2023).

Realizado por: Moromenacho, A. 2023.

Las Inversiones Fijas de este proyecto se detallaron en la tabla anterior mediante las proformas de costos detallados en el **ANEXO A**, donde se especifica las proformas de maquinarias y equipos, edificios, muebles y enseres, vehículos, obras civiles, instalaciones y otros, existiendo lo justo para dar el funcionamiento de la microempresa donde cada uno de estos activos fijos serán restablecidos, deben ser valorizados mediante licitaciones o cotizaciones, cabe recalcar que el valor de equipos, maquinarias, muebles, enseres, para el proyecto están valoradas en \$ 34.719,00.

5.8.3. *Inversión diferida*

Estas inversiones se realizan en bienes y servicios intangibles que son indispensables para iniciar del proyecto de creación de la microempresa Sagitario A'A. de servicio de catering y eventos, estos activos están sujetas a amortización y se recuperan a largo plazo.

Tabla 5-40: Inversión diferida

Descripción	Precio Unitario	Valor Total
Gastos de Constitución.	160,00	\$ 160,00
Gastos de Instalación y Adecuaciones.	150,00	\$ 150,00
TOTAL		\$ 310,00

Fuente: SRI -proformas (2023).

Realizado por: Moromenacho, A. 2023.

Las inversiones diferidas se caracterizan como derechos adquiridos, servicios necesarios para el estudio e implementación del proyecto y su debido funcionamiento de orden legal, dando como resultado de \$ 310,00 dólares para la construcción de la microempresa Sagitario A'A estos datos se aprecia en el **ANEXO B**.

5.8.4. *Capital de trabajo*

El capital de trabajo es el conjunto de recursos necesarios, en la forma de activos corrientes, para la operación normal de proyecto durante el primer mes de funcionamiento.

Tabla 5-41: Capital de trabajo

Descripción	Valor Total
MATERIA PRIMA	\$ 1.950,00
Materia Prima	\$ 1.950,00
MANO DE OBRA	\$ 1.900,00
MOD	\$ 1.900,00
COSTOS INDIRECTOS	\$ 3.121,36
CIF	\$ 3.121,36
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 4.189,77
Servicios Básico	\$ 115,00
Permisos de Funcionamiento	\$ 13,33
Sueldos y Salarios	\$ 4.048,47
Suministros de Oficina	\$ 12,97
GASTOS DE VENTAS	\$ 250,00
Publicidad	\$ 250,00
TOTAL, CAPITAL DE TRABAJO	\$ 11.411,13

Fuente: Proformas (2023).

Realizado por: Moromenacho, A. 2023.

El capital de trabajo es la cantidad de dinero con la cual iniciará la microempresa, asumiendo un valor total en activos y obligaciones de \$ 11.411,13 para cubrir deudas del primer mes en ejecución de la microempresa Sagitario A'A, dato registrado en el **ANEXO C**.

5.8.5. *Resumen de la inversión*

Tabla 5-42: Resumen de la inversión

Rubro	Valor
Inversión Fija	\$ 34.719,00
Inversión Diferida	\$ 310,00
Capital de Trabajo	\$ 11.411,13
INVERSIÓN TOTAL	\$ 46.440,13

Fuente: Inversiones (2023).

Realizado por: Moromenacho, A. 2023.

El resumen de inversiones, el costo total para la creación de la microempresa Sagitario A'A requiere de un valor de \$ 46.440,13.

5.8.6. Costos de producción

Se considera este costo a la valoración monetaria a la microempresa Sagitario A'A, por brindar el servicio, por los costos de materia prima directa, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación.

Tabla 5-43: Costos de producción

TASA DE INFLACIÓN 5,90%

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
MATERIA PRIMA DIRECTA	\$ 23.400,00	\$ 24.780,60	\$ 24.780,60	\$ 24.780,60	\$ 24.780,60
Costo Materia Prima	\$ 23.400,00	\$ 24.780,60	\$ 24.780,60	\$ 24.780,60	\$ 24.780,60
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 22.800,00	\$ 24.145,20	\$ 25.569,77	\$ 27.078,38	\$ 28.676,01
MOD	\$ 22.800,00	\$ 24.145,20	\$ 25.569,77	\$ 27.078,38	\$ 28.676,01
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	\$ 13.395,60	\$ 14.185,94	\$ 14.185,94	\$ 14.185,94	\$ 14.185,94
CIF	\$ 13.395,60	\$ 14.185,94	\$ 14.185,94	\$ 14.185,94	\$ 14.185,94
DEPRECIACIONES	\$ 3.950,00				
DEPRECIACIONES EQUIPOS	\$ 3.950,00	\$ 3.950,00	\$ 3.950,00	\$ 3.950,00	\$ 3.950,00
Total	\$ 63.545,60	\$ 67.061,74	\$ 68.486,31	\$ 69.994,92	\$ 71.592,55

Fuente: Inversiones fijas (2023).

Realizado por: Moromenacho, A. 2023.

El costo de producción es el valor importante para la microempresa el cual ayuda a ver la cantidad de fabricación directa indirecta y las depreciaciones para ello se considera la tasa de inflación que mantiene Ecuador y es de 5,90% siendo una tarea fundamental a la hora de gestionar o planificar las actividades para brindar el servicio de catering y eventos, mostrando los costos en el primer año de \$ 63.545,60 y el quinto \$ 71.592,55 incrementando acorde a la inflación y las políticas de estado.

5.8.7. Punto de equilibrio

RUBROS	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
Costos de Producción		\$ 63.545,60		\$ 67.061,74		\$ 68.486,31		\$ 69.994,92		\$ 71.592,55
Gastos Administrativos	\$ 41.807,68		\$ 48.965,43		\$ 56.286,25		\$ 64.705,18		\$ 74.386,96	
Gastos de Ventas		\$ 3.000,00		\$ 3.177,00		\$ 3.364,44		\$ 3.562,95		\$ 3.773,16
Gastos Financieros	\$ 2.036,40		\$ 1.694,57		\$ 1.322,76		\$ 918,34		\$ 478,46	
TOTALES	\$ 43.844,08	\$ 66.545,60	\$ 50.660,00	\$ 70.238,74	\$ 57.609,01	\$ 71.850,75	\$ 65.623,53	\$ 73.557,87	\$ 74.865,42	\$ 75.365,71
Ventas en Unidades	145067		149129		153304		157597		162010	
Punto de Equilibrio en dólares	\$ 81.001,23		\$ 95.764,45		\$ 108.426,22		\$ 123.062,58		\$ 139.985,75	
P.E sobre Ventas (%)	56%		64%		71%		78%		86%	

Fuente: Inversiones fijas (2023).

Realizado por: Moromenacho, A. 2023.

El análisis del punto de equilibrio sirve para determinar si la microempresa, puede producir, vender suficientes productos y servicios para cubrir sus costos fijos y variables para así continuar operando.

5.8.8. Gastos administrativos

Se denominan gastos de administración a aquellos contraídos en el control y la dirección de una organización.

Tabla 5-44: Gastos administrativos

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gerente	8400,00	10570,60	12156,19	13979,62	16076,56
Jefe de producción y eventos	7200,00	8280,00	9522,00	10950,30	12592,85
Secretaria contadora	6600,00	7590,00	8728,50	10037,78	11543,44
Mesero	5400,00	6210,00	7141,50	8212,73	9444,63
Mesero	5400,00	6210,00	7141,50	8212,73	9444,63
Chef	5400,00	6210,00	7141,50	8212,73	9444,63
Servicios Básicos	1380,00	1587,00	1825,05	2098,81	2413,63
Suministros de Oficina	1867,68	2147,83	2470,01	2840,51	3266,58
Permisos de funcionamiento	160,00	160,00	160,00	160,00	160,00
Total	\$ 41.807,68	\$ 48.965,43	\$ 56.286,25	\$ 64.705,18	\$ 74.386,96

Fuente: Estudio administrativo (2023).

Realizado por: Moromenacho, A. 2023.

En gastos administrativos se consideran a los colaboradores que intervienen directamente con el servicio brindado por parte de la microempresa Sagitario A’A., pero son un fragmento para la toma de decisiones, así mismo los gastos de la tabla anterior para el primer año se tomó el valor básico anual con todos los beneficios de ley, para que el año 2 se incremente acorde a la inflación que se presenta en el país, dicho cálculo esta desarrollado en el rol de pagos en el **ANEXO D**.

5.8.9. Gastos de ventas

Tabla 5-45: Gasto de ventas

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Publicidad	\$ 3.000,00	\$ 3.177,00	\$ 3.364,44	\$ 3.562,95	\$ 3.773,16
TOTAL	\$ 3.000,00	\$ 3.177,00	\$ 3.364,44	\$ 3.562,95	\$ 3.773,16

Fuente: Marketing mix estrategias publicitarias (2023).

Realizado por: Moromenacho, A. 2023.

Estos gastos son generados por la publicidad que se desarrolla para dar a conocer nuestro servicio a la ciudadanía, de tal manera es un valor de \$3000,00 dólares americanos, los medios de comunicación son: radio, afiches, trípticos, redes sociales y más.

5.8.10. Gastos financieros

Tabla 5-46: Gastos financieros

Cantidad	Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Intereses del Préstamo	\$ 2.036,40	\$ 1.694,57	\$ 1.322,76	\$ 918,34	\$ 478,46
TOTAL		\$ 14.465,04	\$ 2.036,40	\$ 1.694,57	\$ 1.322,76	\$ 918,34

Fuente: Ban Ecuador (2023).

Realizado por: Moromenacho, A. 2023.

Los gastos financieros es el pago que se desarrollará por el préstamo adquirido al Ban Ecuador que se paga mensualmente de acorde a la tabla de amortizaciones que el banco nos emita.

5.8.11. Financiamiento

El financiamiento es el mecanismo por medio del cual la microempresa Sagitario A'A, obtiene recursos para cubrir el faltante de la inversión de este proyecto. Por medio del financiamiento la microempresa puede mantener una economía estable, planear a futuro y expandirse.

Tabla 5-47: Financiamiento

Capital Propio	\$ 23.220	50%
Capital de Terceros	\$ 23.220	50%
TOTAL	\$ 46.440	100%

Fuente: Ban Ecuador (2023).

Realizado por: Moromenacho, A. 2023.

Tabla 5-48: Tabla de amortización

Préstamo:	\$ 23.220
Tasa Interés:	8,77%
Plazo:	5

TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO

Período	Pago Capital	Pago Interés	Cuota	Saldo
0				\$ 23.220
1	\$ 3.898	\$ 2.036	\$ 5.934	\$ 19.322
2	\$ 4.240	\$ 1.695	\$ 5.934	\$ 15.083
3	\$ 4.611	\$ 1.323	\$ 5.934	\$ 10.471
4	\$ 5.016	\$ 918	\$ 5.934	\$ 5.456
5	\$ 5.456	\$ 478	\$ 5.934	\$ 0

Fuente: Ban Ecuador (2023).

Realizado por: Moromenacho, A. 2023.

Los gastos financieros reflejan el costo del préstamo adquirido en BanEcuador, así como se evidencia en la tabla anterior, de tal manera la deuda que contrae la microempresa Sagitario A'A. es de \$ 23.220. Considerando una tasa de interés de 8,77%, con un tipo de crédito consumo, para emprendedores.

5.8.12. Ingresos

Los ingresos son considerados la cantidad de capacidad instalada, siendo las personas que serán nuestros posibles clientes, para determinar esa cantidad se calcula multiplicando el precio, servicio por la cantidad vendida de mercado a acaparar este proyecto.

Tabla 5-49: Ingresos

Productos/Servicios	Precio Unitario	Proyección Ingresos (Demanda Insatisfecha)				
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Graduación	8,00	2.861	2.942	3.024	3.109	3.196
		\$22.891,57	\$23.532,53	\$24.191,44	\$24.868,80	\$25.565,13
Bodas	8,00	2.919	3.001	3.085	3.172	3.260
		\$23.355,78	\$24.009,75	\$24.682,02	\$25.373,11	\$26.083,56
Bautizo/Primera Comunión/Confirmación	8,00	2919,47	3001,22	3085,25	3171,64	3260,45
		\$23.355,78	\$24.009,75	\$24.682,02	\$25.373,11	\$26.083,56
Quinceaños/Cumpleaños/ Baby Shower	8,00	3010,14	3094,42	3181,07	3270,14	3361,70
		\$24.081,12	\$24.755,39	\$25.448,54	\$26.161,10	\$26.893,61
Reuniones Familiares	8,00	3.130	3.217	3.308	3.400	3.495
		\$25.038,56	\$25.739,64	\$26.460,35	\$27.201,24	\$27.962,87
Reuniones de trabajo	8,00	3293,02	3385,22	3480,01	3577,45	3677,62
		\$26.344,16	\$27.081,80	\$27.840,09	\$28.619,61	\$29.420,96
TOTAL		\$ 145.066,98	\$ 149.128,85	\$ 153.304,46	\$ 157.596,98	\$ 162.009,70

Fuente: Estudio técnico (2023).

Realizado por: Moromenacho, A. 2023.

5.8.13. Estado de resultados

El estado de resultados es un documento que detalla los ingresos y los gastos que se adquiere por el servicio brindado de la microempresa Sagitario A'A, durante un período de tiempo para cada año de vida útil, considerando el pago del 15% de participación de trabajadores y el 25% de impuesto a la renta, facilitando como resultado para el primer año \$ 20.806,38 y para el quinto año de \$ 7.067,14 considerando un ingreso nítido que ayuda a tener en pie la microempresa.

Tabla 5-50: Estado de resultados

RUBROS / AÑOS DE VIDA	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$ 145.066,98	\$ 149.128,85	\$ 153.304,46	\$ 157.596,98	\$ 162.009,70
- Costo de Producción	-\$ 63.545,60	-\$ 67.061,74	-\$ 68.486,31	-\$ 69.994,92	-\$ 71.592,55
= Utilidad Bruta	\$ 81.521,38	\$ 82.067,11	\$ 84.818,15	\$ 87.602,06	\$ 90.417,15
- Gastos de Administración	-\$ 41.807,68	-\$ 48.965,43	-\$ 56.286,25	-\$ 64.705,18	-\$ 74.386,96
- Gastos de Ventas	-\$ 3.000,00	-\$ 3.177,00	-\$ 3.364,44	-\$ 3.562,95	-\$ 3.773,16
- Gastos Financieros	-\$ 2.036,40	-\$ 1.694,57	-\$ 1.322,76	-\$ 918,34	-\$ 478,46
= Utilidad antes de Impuestos	\$ 34.677,30	\$ 28.230,11	\$ 23.844,70	\$ 18.415,59	\$ 11.778,57
- 15% Participación Trabajadores	-\$ 5.201,59	-\$ 4.234,52	-\$ 3.576,71	-\$ 2.762,34	-\$ 1.766,79
- Impuesto a la Renta	-\$ 8.669,32	-\$ 7.057,53	-\$ 5.961,18	-\$ 4.603,90	-\$ 2.944,64
= Utilidad Neta	\$ 20.806,38	\$ 16.938,07	\$ 14.306,82	\$ 11.049,35	\$ 7.067,14

Fuente: Ingresos-costos y gastos (2023).

Realizado por: Moromenacho, A. 2023.

5.8.14. Balance general

El balance general es un documento donde muestro los activos, pasivos y el patrimonio que cuenta la microempresa Sagitario A'A, donde se puede evidenciar la cantidad de cuentas acreedoras y deudoras con su capital de manera actual y a futuro.

Tabla 5-51: Balance General

RUBROS / AÑOS DE VIDA	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVO CORRIENTE	\$ 11.411,13	\$ 34.206,79	\$ 52.792,31	\$ 68.374,77	\$ 79.980,34	\$ 87.163,83
Caja	\$ 11.411,13	\$ 34.206,79	\$ 52.792,31	\$ 68.374,77	\$ 79.980,34	\$ 87.163,83
ACTIVO FIJO	\$ 34.719,00	\$ 28.894,00	\$ 23.069,00	\$ 17.244,00	\$ 11.734,00	\$ 6.224,00
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00
EQUIPO PARA LA EMPRESA	\$ 7.974,00	\$ 7.974,00	\$ 7.974,00	\$ 7.974,00	\$ 7.974,00	\$ 7.974,00
MUEBLES y EMSERES	\$ 7.800,00	\$ 7.800,00	\$ 7.800,00	\$ 7.800,00	\$ 7.800,00	\$ 7.800,00
EQUIPO DE COMPUTO	\$ 945,00	\$ 945,00	\$ 945,00	\$ 945,00	\$ 945,00	\$ 945,00
Vehículo	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00
- Depreciaciones	\$ 0,00	-\$ 5.825,00	-\$ 11.650,00	-\$ 17.475,00	-\$ 22.985,00	-\$ 28.495,00
ACTIVO DIFERIDO	\$ 310,00	\$ 248,00	\$ 186,00	\$ 124,00	\$ 62,00	\$ 0,00
Gastos diferidos	\$ 310,00	\$ 310,00	\$ 310,00	\$ 310,00	\$ 310,00	\$ 310,00
- Amortizaciones	\$ 0,00	-\$ 62,00	-\$ 124,00	-\$ 186,00	-\$ 248,00	-\$ 310,00
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 46.440,13	\$ 63.348,79	\$ 76.047,31	\$ 85.742,77	\$ 91.776,34	\$ 93.387,83
PASIVO	\$ 23.220,07	\$ 19.322,35	\$ 15.082,80	\$ 10.471,44	\$ 5.455,66	\$ 0,00
Corriente	\$ 3.897,72	\$ 4.239,55	\$ 4.611,36	\$ 5.015,78	\$ 5.455,66	\$ 0,00
No Corriente	\$ 19.322,35	\$ 15.082,80	\$ 10.471,44	\$ 5.455,66	\$ 0,00	\$ 0,00
PATRIMONIO	\$ 23.220,07	\$ 44.026,45	\$ 60.964,51	\$ 75.271,33	\$ 86.320,69	\$ 93.387,83
Capital	\$ 23.220,07	\$ 23.220,07	\$ 23.220,07	\$ 23.220,07	\$ 23.220,07	\$ 23.220,07
Resultados del Ejercicio	\$ 0,00	\$ 20.806,38	\$ 16.938,07	\$ 14.306,82	\$ 11.049,35	\$ 7.067,14
Resultados Acumulados	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 20.806,38	\$ 37.744,44	\$ 52.051,27	\$ 63.100,62
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 46.440,13	\$ 63.348,79	\$ 76.047,31	\$ 85.742,77	\$ 91.776,34	\$ 93.387,83

Fuente: estudio mercado, marketing, organizacional técnico (2023).

Realizado por: Moromenacho, A. 2023.

5.8.15. Flujo neto del efectivo

El flujo neto de efectivo es un documento que describe los movimientos de efectivo (ingresos y gastos) en un periodo determinado, en este proyecto de creación de la microempresa Sagitario A'A. de catering y eventos con proyección a 5 años, nos permitirá verificar el movimiento de dinero y tomar mejores decisiones.

Tabla 5-52: Flujo neto del efectivo

RUBROS / AÑOS DE VIDA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas Netas		\$ 145.066,98	\$ 149.128,85	\$ 153.304,46	\$ 157.596,98	\$ 162.009,70
- Costo de Producción		-\$ 63.545,60	-\$ 67.061,74	-\$ 68.486,31	-\$ 69.994,92	-\$ 71.592,55
= Utilidad Bruta		\$ 81.521,38	\$ 82.067,11	\$ 84.818,15	\$ 87.602,06	\$ 90.417,15
- Gastos de Administración		-\$ 41.807,68	-\$ 48.965,43	-\$ 56.286,25	-\$ 64.705,18	-\$ 74.386,96
- Gastos de Ventas		-\$ 3.000,00	-\$ 3.177,00	-\$ 3.364,44	-\$ 3.562,95	-\$ 3.773,16
- Gastos Financieros (Intereses)		-\$ 2.036,40	-\$ 1.694,57	-\$ 1.322,76	-\$ 918,34	-\$ 478,46
= Utilidad antes de Impuestos		\$ 34.677,30	\$ 28.230,11	\$ 23.844,70	\$ 18.415,59	\$ 11.778,57
- 15% Participación Trabajadores		-\$ 5.201,59	-\$ 4.234,52	-\$ 3.576,71	-\$ 2.762,34	-\$ 1.766,79
- Impuesto a la Renta		-\$ 8.669,32	-\$ 7.057,53	-\$ 5.961,18	-\$ 4.603,90	-\$ 2.944,64
= Utilidad Neta		\$ 20.806,38	\$ 16.938,07	\$ 14.306,82	\$ 11.049,35	\$ 7.067,14
+ Depreciaciones		\$ 5.825,00	\$ 5.825,00	\$ 5.825,00	\$ 5.510,00	\$ 5.510,00
+ Amortizaciones		\$ 62,00	\$ 62,00	\$ 62,00	\$ 62,00	\$ 62,00
- Pago Préstamo (Capital)		-\$ 3.897,72	-\$ 4.239,55	-\$ 4.611,36	-\$ 5.015,78	-\$ 5.455,66
+ Valor de Salvamento						\$ 525,00
- Inversiones						
Fija	-\$ 34.719,00					
Diferida	-\$ 310,00					
Capital de Trabajo	-\$ 11.411,13					
= Flujo Neto de Efectivo	-\$ 46.440,13	\$ 22.795,66	\$ 18.585,51	\$ 15.582,46	\$ 11.605,58	\$ 7.708,48

Fuente: estado de resultados (2023).

Realizado por: Moromenacho, A. 2023.

5.9. Evaluación Económica -Financiera

5.9.1. Valor Actual Neto

Tabla 5-53: Determinación de tasa de descuento

Detalle	Estructura de financiamiento	% Banco Central	Ponderación
Capital propio de la microempresa Sagitario A'A.	50%	7,05%	3,53%
Crédito	50%	11,26%	5,63%
Riesgo de Inversión			8%
Total			17,16%

Fuente: Ban Ecuador (2023).

Realizado por: Moromenacho, A. 2023.

Mediante el análisis de la tabla anterior se puede evidenciar el cálculo estimulado para determinar la tasa de descuento siendo de 17,16% considerando que el crédito es el 50% y nuestro capital el otro 50%, con un riesgo de inversión del 8%.

Tabla 5-54: Valor actual neto

TASA DE DESCUENTO: 17,16%

AÑOS	FNE	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FNE ACTUALIZADOS	FNE ACTUALIZ. Y ACUMULADOS
0	-\$ 46.440,13	1,000000	-\$ 46.440,13	-\$ 46.440,13
1	\$ 22.795,66	0,853570	\$ 19.457,69	-\$ 26.982,44
2	\$ 18.585,51	0,728582	\$ 13.541,07	-\$ 13.441,38
3	\$ 15.582,46	0,621896	\$ 9.690,66	-\$ 3.750,71
4	\$ 11.605,58	0,530832	\$ 6.160,61	\$ 2.409,89
5	\$ 7.708,48	0,453102	\$ 3.492,73	\$ 5.902,62

Fuente: Flujo de caja (2023).

Realizado por: Moromenacho, A. 2023.

$$VAN = (-)Inversión Inicial + \frac{FNA \text{ año } 1}{(1+i)^1} \dots \dots \frac{FNA \text{ año } n}{(1+i)^n}$$

VAN= \$ 5.902,62

Al ejecutar los cálculos del Valor Actual Neto y nos proporciona como resultado un valor mayor a 0, la inversión es viable. De acuerdo con la tabla anterior podemos deducir que se cumple una de las características importantes para ser aceptado y da un resultado positivo de \$ 5.902,62.

5.9.2. Tasa Interna de Retorno

$$TIR = i1 + (i2 - i1) \frac{VAN 1}{VAN 1 - VAN 2}$$

TIR= 23,68%

Una vez que se realizó el cálculo de la tasa interna de retorno y es mayor a la tasa de descuento, la inversión es rentable desde el punto de vista económico - financiero. Para determinar el valor de la Tasa Interna de Retorno se tomó los valores del flujo neto del efectivo de los 5 años que se realizó la proyección, se procede aplicar la fórmula planteada dando como resultado un TIR de 24%.

5.9.3. *Periodo de Recuperación de la Inversión*

Tabla 5-55: Periodo de recuperación de la inversión

AÑOS	FNE	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FNE ACTUALIZADOS	FNE ACTUALIZ. Y ACUMULADOS
0	-\$ 46.440,13	1,000000	-\$ 46.440,13	-\$ 46.440,13
1	\$ 22.795,66	0,853570	\$ 19.457,69	-\$ 26.982,44
2	\$ 18.585,51	0,728582	\$ 13.541,07	-\$ 13.441,38
3	\$ 15.582,46	0,621896	\$ 9.690,66	-\$ 3.750,71
4	\$ 11.605,58	0,530832	\$ 6.160,61	\$ 2.409,89
5	\$ 7.708,48	0,453102	\$ 3.492,73	\$ 5.902,62

$$PRI = \text{Año Últ. Neg. FNE Act. y Acum.} \wedge \left\{ \left(\frac{\text{Último Negativo FNE Act. y Acum.}}{\text{FNE Actualizado del año siguiente}} \right) * 12 \right\}$$

$$PRI = 3 \wedge \{ | - 3.750,71 / 6.160,61 | * 12 \}$$

$$PRI = 3,7$$

PRI= 3 años, 7 meses

El periodo de recuperación de la inversión es 3 años y 7 meses de vida útil, se considera rentable desde el punto de vista económico -financiero ya que la inversión se recuperará en menos de 5 años.

5.9.4. Relación Beneficio Costo

Tabla 5-56: Relación beneficio Costo

AÑOS	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	INGRESOS	EGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
0	1,000000	\$ 0,00	-\$ 46.440,13	\$ 0,00	-\$ 46.440,13
1	0,853570	\$ 22.795,66		\$ 19.457,69	\$ 0,00
2	0,728582	\$ 18.585,51		\$ 13.541,07	\$ 0,00
3	0,621896	\$ 15.582,46		\$ 9.690,66	\$ 0,00
4	0,530832	\$ 11.605,58		\$ 6.160,61	\$ 0,00
5	0,453102	\$ 7.708,48		\$ 3.492,73	\$ 0,00
				\$ 52.342,76	

$$RB/C = \frac{SUMA DE INGRESOS ACTUALIZADOS}{SUMA DE EGRESOS ACTUALIZADOS + INVERSIÓN}$$

$$RB/C = \frac{\$ 52.342,76}{0,00 + 46.440,13}$$

$$RB/C = 1.13$$

R B/C= \$1,13

Es importante ejecutar el cálculo de la Relación Beneficio Costo, mediante ello se determina que el proyecto es factible, es decir al tener el Beneficio Costo de 1,13, lo que significa que por cada \$1,00 invertido se gana 0,13 centavos, indicando que el proyecto de creación de la microempresa Sagitario A'A. de catering y eventos es viable y próspero para su ejecución.

CONCLUSIONES

- El marco teórico está planteado acorde al tema de la investigación, ya que se expuso temas como tipos de proyectos, tipos de estudios, catering y eventos, tipos de empresa, estudio de mercado, estudio técnico, organización y estudio financiero. De igual manera vale recalcar que la metodología utilizada para este proyecto fue el inductivo-deductivo y el descriptivo, como técnica e instrumentos se realizó la encuesta (cuestionario).
- Basándonos en el estudio de mercado y los costos de producción se fija un precio de comercialización de los servicios de este carácter: \$8,00 por persona servicio de catering y el desarrollo de eventos.
- Con la evolución económica-financiera se determinó que el proyecto es factible, ya que se obtuvo mediante el cálculo del Valor Actual Neto (VAN) un importe de \$ 5.902,62, y procediendo al cálculo de la Tasa Interna de Retorno (TIR) existe un 23,68%, por otro lado, tenemos el cálculo de la Relación Beneficio Costo (RBC) siendo de \$1,13, y finalmente un Período de Recuperación de la Inversión (PRI) de 3 años 7 mes.
- Con relación al análisis de sensibilidad, se pudo definir que el proyecto no consta de alguna posibilidad negativa de ser viable y rentable, de tal manera los indicadores financieros no sufren permutaciones, y muestran ser sensibles en el precio y volumen de demanda, de tal manera que vaya disminuyendo o aumentado un 10%.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda efectuar el proyecto de servicio de catering y desarrollo de eventos en el Cantón Rumiñahui, de acuerdo con los parámetros técnicos y financieros corroboran que el proyecto es rentable.
- Ejecutar controles periódicos y estrictos de calidad en cada uno de los procesos de producción de la microempresa, para de esta forma cumplir con la misión.
- Precisar con frecuencia un estudio de mercado para conocer las necesidades de los clientes y de esta manera poder implementar algo si llegara a ser necesario, con el fin de satisfacer sus requerimiento y necesidades.
- Poner en marcha las estrategias de publicidad, promoción y descuentos, invirtiendo lo proyectado para de esta forma alcanzar los objetivos deseados y posicionarse en el mercado objetivo.

BIBLIOGRAFÍA

- Chávez Mariño, J. S. (2021). *Proyecto de factibilidad para la creación de un restaurante de comida rápida en la ciudad de Riobamba año 2021*. (Tesis de pregrado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo). Recuperado de: <http://dspace.espoch.edu.ec/bitstream/123456789/16205/1/22T0755.pdf>
- Acción democrática. (06 de Septiembre de 2022). *Principios y valores*. Recuperado de: <http://americo.usal.es/oir/opal/Documentos/Venezuela/AD/PrincipiosAD.pdf>
- Alba, E. (marzo de 2022). *Diseño de un Plan de Negocios para la creación de una empresa de Catering de Eventos Sociales en el Cantón Cayambe*. (Tesis de pregrado, Universidad Iberoamericana del Ecuador, UNIB.E). Recuperado de: <http://repositorio.unibe.edu.ec/bitstream/handle/123456789/485/ALBA%20ALBA%20EVELYN%20ALEXANDRA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Arguiñano, E. (2022). *Postres*. Recuperado de: <https://www.hogarmania.com/cocina/recetas/postres-tradicionales/>
- Baca, G. (2010). *Evaluación de proyectos*. México: McGraw-Gill.
- Canive, T. (Febrero de 2020). *Investigación cuantitativa. características del método cuantitativo*. Recuperado de: <https://www.sinnaps.com/blog-gestion-proyectos/metodo-cuantitativo>
- Contreras, A. (16 de abril de 2020). *¿Qué es un proyecto?* Recuperado de: https://campus.mec.gov.ar/pluginfile.php/140539/mod_resource/content/1/Act%206to%201%2014-4%20a%2026-4.pdf
- Córdoba, M. (2011). *Formulación y evaluación de proyectos*. Bogotá: ECOE EDICIONES .
- Espada, B. (29 de abril de 2021). *Qué es el método descriptivo y ejemplos*. Recuperado de: <https://okdiario.com/curiosidades/que-metodo-descriptivo-2457888>
- Fernández de la Cigüña, J. (23 de noviembre de 2021). *Tasa interna de retorno (TIR)*. Recuperado de: <https://www.sage.com/es-es/blog/tasa-interna-de-retorno-tir-que-es-y-como-se-calcula/>
- Gestión de Comunicación MA. (29 de agosto de 2017). *Rumiñahui - Información General* . Recuperado de: <https://www.pichincha.gob.ec/cantones/ruminahui>
- Giraldo, V. (23 de Agosto de 2019). *Que es publicidad*. Recuperado de: <https://rockcontent.com/es/blog/publicidad/#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20a%20publicidad%3F,empresa%20e%20incentivarlo%20a%20comprar.>
- González, A. (06 de junio de 2018). *Definición de Demanda*. Recuperado de: <https://www.economiasimple.net/glosario/demanda>

- Grael, M. (30 de julio de 2022). *¿Cómo calcular el valor presente neto?* Recuperado de: <https://www.rankia.cl/blog/analisis-ipsa/3892041-como-calcular-valor-presente-neto-ejemplos>
- Graterol, M. (10 de Noviembre de 2016). *Proyecto de Inversión*. Recuperado de: <https://www.monografias.com/trabajos16/proyecto-inversion/proyecto-inversion>
- Ineventos. (2015). *Catering*. Recuperado de: <https://www.ineventos.com/blog/que-es-un-catering.aspx>
- Ionos. (25 de noviembre de 2019). *La interacción entre oferta y demanda*. Recuperado de: <https://www.ionos.es/startupguide/gestion/oferta-y-demanda/>
- Larrosa, P. (3 de julio de 2021). *Platos a la carta*. Recuperado de: <https://www.laverdad.es/gastronomia/preguntas-respuestas/definicion-menu-carta-20070916000000-nt.html?ref=https%3A%2F%2Fwww.laverdad.es%2Fgastronomia%2Fpreguntas-respuestas%2Fdefinicion-menu-carta-20070916000000-nt.html>
- Lema, D. (Marzo de 2014). *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de catering en la ciudad de Cayambe, provincia de Pichincha*. (Tesis de pregrado, Escuela Superior Politécnica del Ecuador). Recuperado de: <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/8418/1/T-ESPE-047775.pdf>
- Lomelio. (4 de julio de 2017). *Historia y origen del catering*. Recuperado de: <https://catering.grupoescondite.com/historia-y-origen-del-catering/>
- Mancuzo, G. (25 de Abril de 2020). *Importancia del Desarrollo de Proyectos*. Recuperado de: <https://blog.comparasoftware.com/importancia-del-desarrollo-de-proyectos/>
- Máñez, R. (10 de junio de 2022). *Marketing Mix: Qué Es Y Cuáles Son Sus Variables*. Recuperado de: <https://escuela.marketingandweb.es/marketing-mix/>
- Mata, L. (28 de mayo de 2019). *Enfoque cualitativo de investigación*. Recuperado de: <https://investigaliacr.com/investigacion/el-enfoque-cualitativo-de-investigacion/>
- Montaño, J. (28 de marzo de 2021). *Investigación no experimental*. Recuperado de: <https://www.lifeder.com/investigacion-no-experimental/>
- Municipio de Rumiñahui . (17 de mayo de 2021). *31 de mayo de 1938 Cantonización de Sangolquí*. Recuperado de: <https://hazteverecuador.com/31-de-mayo-de-1938-cantonizacion-de-sangolqui/>
- Nagua, A. (2018). *Plan de negocios para el lanzamiento de una empresa de catering y eventos en la Ciudad de Machala*. (Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Machala). Recuperado de: <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/13202/1/TTUACE-2018-MKT-DE00056.pdf>

- Orellana, P. (17 de abril de 2020). *Proyecto de inversión*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/proyecto-de-inversion.html>
- Ortega, F. (2021). *¿Qué es un servicio de catering?* Recuperado de: <https://ingenieriademenue.com/que-es-un-servicio-de-catering/>
- Paguay, A. (2022). *Proyecto de Factibilidad para la creación de una empresa de bloques a base de plástico triturado en la Ciudad del Puyo Provincia de Pastaza para el año 2022*. (Tesis de pregrado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo). Recuperado de: <http://dspace.espoch.edu.ec/bitstream/123456789/16328/1/22T0785.pdf>
- Pérez, J. (2021). *Definición de Método Inductivo*. Recuperado de: <https://definicion.de/metodo-inductivo/>
- Pérez, A. (21 de Abril de 2021). *¿Cuáles son las etapas de un proyecto?* Recuperado de: <https://www.obsbusiness.school/blog/cuales-son-las-etapas-de-un-proyecto-te-lo-contamos-en-esta-infografia>
- Pérez, A. (23 de abril de 2021). *Estudio financiero*. Recuperado de: <https://www.obsbusiness.school/blog/estudio-financiero-en-que-consiste-y-como-llevarlo-cabo>
- Quiroa, M. (04 de julio de 2020). *Estudio de factibilidad*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/estudio-de-factibilidad.html>
- Reinoso, D., & Armijos, L. (01 de julio de 2020). *Análisis de la situación económica de las microempresas en los sectores rurales del cantón Rumiñahui*. Recuperado de: https://tambara.org/wp-content/uploads/2020/07/1_Reinoso_FINAL_FINAL.pdf
- Rivera, J. (2014). *Bebidas saludables*. Recuperado de: <https://blogs.iadb.org/salud/es/alimentacion/>
- Sevilla, A. (15 de julio de 2014). *Tasa interna de retorno (TIR)*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/tasa-interna-de-retorno-tir.html>
- Silva, D. (03 de febrero de 2021). *Segmentación de mercado*. Recuperado de: <https://www.zendesk.com.mx/blog/segmentacion-de-mercado/>
- Tanguila, D. (2016). *Estudio de factibilidad para la relación de una microempresa especializada en el servicio de catering y desarrollo de eventos sociales en la Ciudad de Riobamba, Provincia de Chimborazo, Periodo 2015*. (Tesis de pregrado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo). Recuperado de: <http://dspace.espoch.edu.ec/bitstream/123456789/13336/1/102T0152.pdf>
- Westreicher, G. (19 de mayo de 2020). *Método Deductivo*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/metodo-deductivo.html>



ANEXOS

ANEXO A: PROFORMAS DE INVERSIONES FIJAS

MAQUINARIA Y EQUIPOS (PRODUCCIÓN)

DESCRPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
REFRIGERADORA	1	\$1.000,00	\$1.000,00
CONGELADOR	1	\$1.000,00	\$1.000,00
COCINA	2	\$1.050,00	\$2.100,00
OLLA INOX	3	\$85,00	\$255,00
OLLA INOX	3	\$115,00	\$345,00
OLLA INOX	3	\$120,00	\$360,00
PLANCHA	1	\$800,00	\$800,00
SARTENES PEQUEÑAS	6	\$25,00	\$150,00
SARTENES MEDIANAS	6	\$45,00	\$270,00
EXTRACTOR DE JUGO	2	\$40,00	\$80,00
LICUADORA	2	\$50,00	\$100,00
SARTENES GRANDES	6	\$50,00	\$300,00
COLADORES CHINITOS	4	\$3,50	\$14,00
HORNO	1	\$1.000,00	\$1.000,00
JUEGO DE OLLAS	2	\$100,00	\$200,00
TOTAL			\$7.974,00

MUEBLES y EMSERES

PERGOLA DE MADERA	1	\$1.500,00	\$1.500,00
SALA LOUNGE	1	\$1.500,00	\$1.500,00
SILLA PLASTICO	200	\$5,00	\$1.000,00
MESAS DE MADERA	20	\$45,00	\$900,00
MESAS DE PLASTICO	10	\$15,00	\$150,00
SILLAS TIFANI	20	\$25,00	\$500,00
CARPAS	6	\$250,00	\$1.500,00
PISTA DE BAILE	2	\$300,00	\$600,00
VINTAJE DE MADERA (SOPORTES PORTA RETRATOS)	10	\$15,00	\$150,00
TOTAL			\$7.800,00

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN.

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
COMPUTADORA	1	\$550,00	\$550,00
IMPRESORA	1	\$395,00	\$395,00
TOTAL			\$945,00

VEHÍCULO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
CAMIONETA	1	\$8.000,00	\$8.000,00
TOTAL			\$8.000,00

ANEXO B: PROFORMA DE INVERSIÓN DIFERIDA**Gastos de Constitución.**

Descripción	V. total
Ruc	0
Patente Municipal	200
TOTAL	200

Gastos de Instalación y Adecuaciones.

Descripción	V. total
Instalación de equipos	100
Adecuaciones de oficinas y local	50
TOTAL	150

ANEXO C: PROFORMA DE CAPITAL DE TRABAJO**Equipos de Operación (Vajilla y Cubertería).**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO
			TOTAL
Cucharas pequeñas	200	\$0,50	\$100,00
Cuchara de sorbet	200	\$0,80	\$160,00
Cucharas soperas	200	\$0,80	\$160,00
Tenedores medianos	200	\$0,80	\$160,00
Tenedores grandes	200	\$0,80	\$160,00
Cuchillos grandes	200	\$0,84	\$168,00
Cuchillos medianos	200	\$0,54	\$108,00
Platos base normal	200	\$3,00	\$600,00
Platos base normal	200	\$3,21	\$642,00
Platos grandes 27 cm	200	\$4,24	\$848,00
Platos pequeños 16 cm	200	\$4,83	\$966,00
Platos postre 19 cm	200	\$1,90	\$380,00
Platos para ensaladas 27 cm	200	\$1,20	\$240,00
Platos soperos 21cm	200	\$2,28	\$456,00
Vasos 12 oz	400	\$0,56	\$224,00
Copa de agua	200	\$0,75	\$150,00
Copa de vino tinto	200	\$0,95	\$190,00
Copa de vino blanco	200	\$0,95	\$190,00
Copa martines	200	\$1,50	\$300,00
Vasos 6 oz	400	\$0,45	\$180,00
Juego de tazas	200	\$1,50	\$300,00
Cuchillos	5	\$7,00	\$35,00
Cuchillo fileteado	5	\$8,00	\$40,00
Puntilla	5	\$5,00	\$25,00
Cuchillo Peladora de papa	5	\$3,00	\$15,00
Tablas	5	\$5,00	\$25,00
Colador de lechuga	4	\$5,00	\$20,00
Perchas	4	\$40,00	\$160,00
Bandejas	16	\$7,00	\$112,00
Abre latas	3	\$6,00	\$18,00
Bowls	20	\$8,00	\$160,00
Tijeras	5	\$5,00	\$25,00
Pinzas	5	\$3,00	\$15,00

Vinagreras	10	\$8,00	\$80,00
Espumaderas	5	\$8,00	\$40,00
Cucharones	8	\$12,00	\$96,00
Cucharetas	8	\$8,00	\$64,00
Desinfectante de baños	5	3,95	\$19,75
Ambiental	3	4	\$12,00
Desengrasante fórmula 340	5	4	\$20,00
Escobas	4	3	\$12,00
Fundas grandes	150	0,09	\$13,50
Fundas extra grandes	50	0,11	\$5,50
Fundas pequeñas para baños	300	0,04	\$12,00
Guantes de goma	20	1,4	\$28,00
Limpiador de vidrio (ALCOHOL)	3	1,64	\$4,92
Mascarillas	20	3,8	\$76,00
Detergente biodegradable	1	20	\$20,00
Cepillo de acero	2	1,8	\$3,60
Cepillo pequeño cerda dura	2	1,2	\$2,40
Espátulas	5	1,2	\$6,00
Recogedor de basura	4	1,7	\$6,80
Detergente	2	5,88	\$11,76
Destapa baños	2	2,18	\$4,36
Cepillo desempolvador	2	2,98	\$5,96
Cepillo de acero	1	2,54	\$2,54
Escurreidor de pisos plásticos	3	4,34	\$13,02
Franelas docenas	1	5	\$5,00
Espátula en acero inoxidable	5	10	\$50,00
Saleros metálicos	3	3,75	\$11,25
Abrelatas eléctrico	1	20,29	\$20,29
Extensiones eléctricas y cortapicos	10	16,07	\$160,70
Gas	3	36	\$108,00
TOTAL			\$8.247,35

ANEXO D: ROL DE PAGOS

	FONDOS DE RESERVA:		8,33%	luego de un año de servicio							
ROL DE PAGOS											
CARGO	SALARIO BASICO	TOTAL ANUAL BASICO	APORTE IESS	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	TOTAL ANUAL 1	PROMEDIO MENSUAL	TOTAL AÑO 2	TOTAL AÑO 3	TOTAL AÑO 4	TOTAL AÑO 5
Gerente	\$ 700,00	\$ 8.400,00	\$ 936,60	\$ 700,00	\$ 450,00	\$ 10.486,60	\$ 946,68	11186,32	11186,32	11186,32	11186,32
Jefe de producción y eventos	\$ 600,00	\$ 7.200,00	\$ 802,80	\$ 600,00	\$ 450,00	\$ 9.052,80	\$ 817,24	9652,56	9652,56	9652,56	9652,56
Secretaria contadora	\$ 550,00	\$ 6.600,00	\$ 735,90	\$ 550,00	\$ 450,00	\$ 8.335,90	\$ 752,52	8885,68	8885,68	8885,68	8885,68
Mesero	\$ 450,00	\$ 5.400,00	\$ 602,10	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 6.902,10	\$ 623,09	7351,92	7351,92	7351,92	7351,92
Mesero	\$ 450,00	\$ 5.400,00	\$ 602,10	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 6.902,10	\$ 575,18	7351,92	7351,92	7351,92	7351,92
Chef	\$ 450,00	\$ 5.400,00	\$ 602,10	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 6.902,10	\$ 623,09	7351,92	7351,92	7351,92	7351,92



ANEXO E: FORMATO DE ENCUESTA A LOS HABITANTES
ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA DE FINANZAS



Objetivo: Conocer las particularidades, necesidades actuales y el comportamiento de las personas mediante un estudio de mercado para la creación de una microempresa catering y desarrollo de eventos.

Instrucciones: Leer detenidamente cada pregunta y responder o señalar la opción de su preferencia.

CUESTIONARIO

1) Sexo F M

2) ¿En qué rango de edad se encuentra?

- 20 a 25 años
- 26 a 30 años
- 31 a 35 años
- 36 a más

3) ¿Cuáles son sus ingresos mensuales?

- 450 a 500
- 500 a 600
- 600 a 700
- 700 a más

Considerando que un servicio de Catering y Eventos es: ofrecer un servicio profesional, especializado en la organización de eventos especiales, así como la preparación de todo tipo de alimentos para diversas personas que requieran del mismo.

4) ¿Usted ha utilizado este servicio?

- Si
- No

5) ¿Estaría dispuesto adquirir un servicio de catering para algún evento de su entorno social o familiar?

- Si
- No
- Tal vez

- 6)** ¿En qué tipo de evento utilizará el servicio de Catering y Eventos?
- Bautizo/Primera Comuni3n/Confirmaci3n
 - Quinceaños/Cumpleaños/ Baby Shower
 - Bodas
 - Graduaci3n
 - Reuniones Familiares
 - Reuniones de Trabajo
- 7)** ¿Cuál es su día de preferencia para realizar un evento?
- Entre semana
 - Fin de semana
- 8)** ¿Actualmente conoce usted de alg3n lugar que ofrezca un servicio de catering de eventos en el Cant3n Rumiñahui?
- Si
 - No
 - Si, mencione:
- 9)** ¿En qué medios le gustaría obtener informaci3n sobre el servicio de catering y eventos?
- Páginas Web
 - Redes Sociales
 - Radio
 - TV
- 10)** ¿Qué forma de pago utilizaría para acceder al servicio de catering y desarrollo de eventos?
- Efectivo
 - Tarjeta de crédito
 - Transferencia Bancaria
- 11)** ¿Qué factores considera relevantes al momento de contratar un servicio de catering y desarrollo de eventos?
- Calidad
 - Variedad de menú
 - Precios
 - Promociones
- 12)** ¿Qué tipo de comida prefiere en sus eventos especiales?
- Comida Típica
 - Comida Costeña
 - Comida Gourmet

13) ¿En dónde preferiría realizar usted sus eventos sociales?

- Domicilio
- Salón de eventos
- Restaurantes
- Otros

14) ¿Cuánto estaría dispuesto a cancelar por el servicio de catering? (por persona)

- \$7,00 - \$11,00
- \$12,00 - \$ 15,00
- \$16,00 - \$ 19,00

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

- \$ 7,00 - \$ 10,00
- \$11,00 - \$ 14,00

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

- \$ 14,00 - \$ 18,00
- \$ 19,00 - \$ 23,00
- \$ 24,00 - \$ 30,00

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



epoch

Dirección de Bibliotecas y
Recursos del Aprendizaje

UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS Y ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO Y
DOCUMENTAL

REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA

Fecha de entrega: 22 / 02 / 2022

INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)
Nombres – Apellidos: Alexandra Rocío Moromenacho Chacha
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL
Facultad: Administración de Empresas
Carrera: Finanzas
Título a optar: Licenciada en Finanzas
f. Analista de Biblioteca responsable: Ing. Rafael Inty Salto Hidalgo

1983-DBRA-UPT-2023

