



Abril 2019 - ISSN: 1696-8352

“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN ESTABLECIMIENTO DE CATERING Y BUFETS EMPRESARIAL- DE EVENTOS SOCIALES EN LA CIUDAD DE VENTANAS”

Valeria Mishelle Vincés Macías

Asistente administrativo e en RICA S.A.
Egresada de Ingeniería Comercial
valeria-vinces@hotmail.com

Mónica Lorena Rovira Díaz

Docente Universidad Laica Vicente Rocafuerte
mrovirad@ulvr.edu.ec

Magister en Ciencias de la Educación Mención Investigación Educativa

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Valeria Mishelle Vincés Macías y Mónica Lorena Rovira Díaz (2019): “Plan de negocios para la creación de un establecimiento de catering y bufets empresarial- de eventos sociales en la ciudad de Ventanas”, Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, (abril 2019). En línea:

<https://www.eumed.net/rev/oel/2019/04/creacion-establecimiento-catering.html>

RESUMEN

Como parte de la dinámica actual, en los eventos sociales ofrecidos ya sea por personas naturales o jurídicas son requeridos los servicios de empresas de catering. Considerando que en el cantón Ventanas existe una demanda insatisfecha en relación este servicio, se consideró oportuno desarrollar un plan de negocios que demuestre la viabilidad económica y financiera de esta idea. Como parte del desarrollo de este proyecto se presentan las principales teorías que sustentan la investigación realizada y que son compendiadas en un marco teórico, conceptual y legal necesario en Ecuador para abrir una microempresa. Se explica aspectos fundamentales de Economía Popular y Solidaria que ha sido reconocido como uno de los ejes importantes del sistema económico ecuatoriano, que comprende a los emprendimientos del sector de las microempresas, y por medio de esta ley se ha reconocido su importancia en la generación de empleo y pago de impuestos. Los resultados de la investigación de mercado que se efectuó tanto con personas naturales y las empresas más importantes del cantón Ventanas demuestran que un negocio de esta naturaleza tiene posibilidades de éxito. Tomando como base favorables las condiciones del mercado se realiza una propuesta que demuestra la viabilidad financiera del proyecto.

PALABRAS CLAVES: Catering, Inversión, Plan

Clasificación JEL: L2, L22, M1

ABSTRACT

Como parte de la dinámica actual, en los eventos sociales ofrecidos ya sea por personas naturales o jurídicas son requeridos los servicios de empresas de catering. Considerando que en el cantón Ventanas existe una demanda insatisfecha en relación este servicio, se consideró oportuno desarrollar un plan de negocios que demuestre la viabilidad económica y financiera de esta idea. Como parte del desarrollo de este proyecto se presentan las principales teorías que sustentan la investigación realizada y que son compendiadas en un marco teórico, conceptual y legal necesario en Ecuador para abrir una microempresa. Se explica aspectos fundamentales de Economía Popular y Solidaria que ha sido reconocido como uno de los ejes importantes del sistema económico ecuatoriano, que comprende a los emprendimientos del sector de las microempresas, y por medio de esta ley se ha reconocido su importancia en la generación de empleo y pago de impuestos. Los resultados de la investigación de mercado que se efectuó tanto con personas naturales y las empresas más importantes del cantón Ventanas demuestran que un negocio de esta naturaleza tiene posibilidades de éxito. Tomando como base favorables las condiciones del mercado se realiza una propuesta que demuestra la viabilidad financiera del proyecto.

Keywords: Catering, Inversión, Plan

JEL Classification: L2, L22, M1

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El cantón Ventanas pertenece a la Provincia de Los Ríos, Ecuador, posee una extensión de 533 km² y una población que supera los 71.093 habitantes según proyecciones del Instituto de Estadísticas y Censos (INEC). La principal actividad económica de la población es la agricultura. “El cantón está dividido en parroquias urbanas (Ventanas y 10 de Noviembre) y rurales (Chacarita, Los Ángeles y Zapotal).” (Gobierno Descentralizado Municipal del Cantón Ventanas, 2018).

En lo que respecta a la población, los habitantes del cantón Ventanas se caracterizan por su alegría y espíritu de celebración, donde se ofrecen una variedad de platos especiales y servicios complementarios para dichas ocasiones. Pero en el cantón no se encuentra un emprendimiento que ofrezca un servicio de alimentos y bebidas de calidad sea a nivel empresarial y domiciliario, además de otros servicios vinculados con el catering como: decoración de ambientes, servicios musicales y artísticos, alquiler de carpas, bandas y otros.

Existiendo una oportunidad para atender un segmento que demanda los servicios descritos con anterioridad.

El alto desempleo existente en el cantón Ventanas obliga a que se creen empresas que ofrecen este tipo de servicios, las cuales contratan personal como: camareros, maître de eventos, chefs, disc-jokers, artistas, etc., que no cuentan con la experiencia que el negocio de catering requiere.

Por lo anteriormente expuesto podemos afirmar que existe una brecha de oportunidad para un emprendimiento de este tipo, además el negocio del catering dinamiza otros negocios como la provisión de alimentos, de bebidas gaseosas y alcohólicas, de limpieza, etc. Por lo que se incrementa la demanda de bienes y servicios en el cantón y se crean puestos de trabajo, que los habitantes tengan que emigrar a otras ciudades en busca de empleo. Así también, organismos estatales y no gubernamentales tendrán que ofrecer asesoramiento técnico y

empresarial junto a financiamiento a los microempresarios para que sepan conducir su negocio exitosamente y evitar que en el corto plazo desaparezcan.

El mercado potencial de este tipo de negocio involucra diferentes segmentos de clientes; el nicho de mercado al cuál el emprendedor quiera enfocarse depende de él. El estudio se fundamenta en un inicio de la creación de una microempresa de servicio de catering, pero se consideran las múltiples oportunidades que ofrezca el mercado para ir creciendo empresarialmente.

1.2 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.

La pregunta general de investigación en la que se concretó el problema de investigación es desagregada en las siguientes preguntas que se refieren a cada variable del problema planteado.

En la sistematización del problema se plantea lo siguiente:

¿Existen las condiciones idóneas en el cantón Ventanas para la puesta en marcha de un negocio de catering?

¿Qué estrategias son adecuadas para la elaboración del plan de negocio para la creación de un establecimiento de catering en la ciudad de Ventanas?

¿Cuál es la inversión requerida para la creación de un establecimiento de catering en el cantón Ventanas?

1.3 OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1 GENERAL

Diseñar un plan de negocios para la creación de un establecimiento de catering y bufets empresarial-de eventos sociales en la ciudad de Ventanas.

1.4 IDEA A DEFENDER

La elaboración del plan de negocios demostrará la viabilidad en la creación de un establecimiento de

catering en el cantón Ventanas.

2. BASES TEÓRICAS

2.1. CATERING

Es un servicio ofrecido de manera profesional que consiste en la prestación externa de la provisión de comida preparada, pero también puede abastecer de todo lo requerido para la organización de un banquete en un evento o fiesta. También el catering abarca la preparación de grandes cantidades de comidas para ser comercializadas en puntos de venta alejados del sitio donde se preparan. Consiste prácticamente en la externalización del servicio de comidas.

El catering se caracteriza por los siguientes elementos:

Ser una labor que demanda creatividad, es divertido y desafiante.

Se lo puede efectuar desde casa.

Se requiere un elevado grado de experiencia culinaria.

Demanda largas jornadas de trabajo.

2.2. PLAN DE NEGOCIO

Es un documento, escrito de manera clara, precisa y sencilla, que es el resultado de un proceso de planeación. Este plan de negocios sirve para guiar un negocio, porque muestra desde los objetivos que se quieren lograr hasta las actividades cotidianas que se desarrollarán para alcanzarlos. (Weinberger, 2014, p.33)

Contar con un plan de negocios es un requerimiento fundamental para cualquier emprendedor que busque recursos monetarios, sea de entidades bancarios o de inversionistas potenciales, es un documento fundamental para todo emprendimiento porque sirve como una guía de negocio. Dentro del proceso de redacción del plan de negocio el emprendedor puede detectar debilidades en el concepto, las negativas percepciones del mercado y otras especificaciones que puedan originar modificaciones y otras especificaciones que puedan provocar un cambio en cómo el negocio está posicionado o diseñado.

2.2.1 ESTRUCTURA DEL PLAN DE NEGOCIO

La estructura para un plan de negocio es: (Baca, 2014, p64)

1 RESUMEN EJECUTIVO

Su objetivo principal es presentar de manera breve la futura actividad que se va emprender a los futuros socios o inversionistas. En este resumen se explica en que va a consistir el negocio de manera clara y concisa.

1.1 ANÁLISIS FODA

Un plan de negocio exitoso se sustenta en un buen diagnóstico estratégico. Siendo el análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) un análisis rápido al alcance de cualquier emprendedor.

“Es una herramienta empleada para evaluar la situación estratégica de una empresa y establecer planes de acción.” (Espinoza, 2015, p.75)

1.3 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

Consiste en ir explicando la visión y la misión del negocio. Estos elementos sirven para focalizar el objeto social ante el Plan de Negocios, pero también es usado para la futura implementación del negocio. Establecen el camino que se va a recorrer y fijan los principios rectores que la conducirán.

1.4 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

Se detalla el tipo de empresa que se va constituir desde un punto de vista jurídico y tributario.

1.5 POSICIONAMIENTO DESEADO DEL SERVICIO O PRODUCTO

Se debe explicar en qué consiste el servicio o producto, las ventajas y estudiar las necesidades o los problemas de mercado de los que se plantea solucionar.

Establecer el tamaño, forma, costo, calidad, diseño, patentes, materias primas, procesos de producción, equipos, talento humano, competidores, etc. En el caso de un bien.

1.6 LOCALIZACIÓN

Definir un sitio estratégico que contribuya en el éxito del negocio, en base a una matriz de ubicación.

2. ANÁLISIS DE LOS PRECIOS

Corresponde a la determinación del valor monetario o precio del bien o servicio que se oferta en el mercado.

2.1 ANÁLISIS DE MERCADO

“La recopilación, el análisis y la presentación de información para ayudar a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing.” (Randall, 2014, p.120)

2.2 ANÁLISIS DE LA OFERTA

“Enfocado en medir o establecer las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o servicio.” (Levit, 2014, p.64)

2.3 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

El fin principal del análisis de demanda es establecer y medir cuáles son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado en relación a un bien o servicio, así como establecer la posibilidad de captar mercado con el producto o servicio. En la determinación se aplica herramientas de investigación de mercado, como es la información estadística sobre el consumo del bien o servicio.

3. ANÁLISIS TÉCNICO

Detalla cómo se va a llevar a cabo el proceso de producción para la generación de un bien o servicio en la empresa.

Dentro de este análisis se define la factibilidad técnica que abarca la verificación del escogimiento de un tamaño de mercado según con la capacidad de producción de la empresa y que pueda ser costeadado por los inversionistas, la posibilidad de encontrar un sitio adecuado y contar con talento humano idóneo para la ejecución de las actividades de producción de gestión suficientes en la empresa.

3.1 ANÁLISIS DE ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN

Consiste en la descripción de los cargos de trabajo en la empresa. Se debe elaborar las especificaciones de los puestos de cada miembro, donde se explique cómo contribuye a la empresa.

4. ANÁLISIS FINANCIERO

Los objetivos de este tipo de análisis son conocer la inversión, la estructura de financiamiento, presupuestar los ingresos esperados y los costos operacionales que genera el negocio, la tasa interna de rendimiento y de retorno de la inversión, así también es necesario conocer el tiempo requerido para recuperar la inversión.

4.1 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS (ESTADO DE RESULTADOS O P&G)

Refleja la ganancia o pérdida líquida alcanzada en el período.

4.2 ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO

Presenta las entradas y salidas en efectivo que se realizarán en la empresa en un período específica. A partir de estos flujos de caja anuales se procede a la evaluación financiera del proyecto.

4.3 BALANCE GENERAL

Presenta las cuentas de activo, pasivo y patrimonio. Representa la situación financiera del negocio, a una fecha determinada.

4.4 ANÁLISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

“Muestra el volumen de ventas, en unidades físicas y monetarias, que se debe lograr para cubrir los costos fijos y variables. A partir del punto de equilibrio, el negocio comenzará a obtener rentabilidad.” (Tarquín & Blank, 2016, p.64)

4.5 EVALUACIÓN FINANCIERA

Es un análisis analítico que confronta la información económica – financiera del negocio con el entorno económico, financiero y social. Para tener la posibilidad de

Así también, dentro de la evaluación financiera se evalúa e incorporan los factores de riesgo en cada fase del plan de negocio para tener la posibilidad de efectuar la proyección de los flujos de efectivo del mismo.

El fin de la evaluación financiera es establecer la conveniencia de efectuar el proyecto de negocio en función de su rentabilidad social y financiera. Es decir, establecer si el proyecto logrará tener una utilidad o pérdida al final de su horizonte de vida.

4.6 TÉCNICAS DE EVALUACIÓN FINANCIERA

Permiten evaluar la rentabilidad y el tiempo promedio de recuperación de inversión en un proyecto, en base de esos resultados, escoger los más convenientes para el inversionista. Aplicar estas técnicas facilitan la toma de decisiones al calcular el valor presente neto y la tasa interna de retorno. Entre estas técnicas tenemos las siguientes:

4.7 VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Es la diferencia entre el valor de mercado de una inversión y su costo. Para que un proyecto sea considera rentable debe lograr un Valor Actual Neto positivo, en caso contrario, se rechaza la idea de negocio.

4.8 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Establece una tasa que permita la Valor Actual Neto lograr un resultado igual a cero. Si la TIR supera el rendimiento requerido, la inversión puede ser considerada como rentable.

4.9 MÉTODO DE PERIODO DE RECUPERACIÓN

Establece el tiempo necesario para recuperar la inversión realizada en el negocio.

4.10 ÍNDICE DE RENTABILIDAD

Determina si el proyecto es rentable o no. Se logra estableciendo el valor obtenido entre beneficio en base al costo.

3. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Los siguientes tipos de investigación serán aplicados para desarrollar el plan de negocios:

- Descriptiva
- Exploratoria.

3.1 DESCRIPTIVA.

Este tipo de investigación servirá para describir aspectos importantes de los clientes de este tipo de servicio, su nivel de gasto, la frecuencia de contratación del servicio, etc. Se analizará principalmente variables que se puedan cuantificar como son: inversión, crecimiento potencial del mercado, etc.

3.1.2 EXPLORATORIA.

Se efectuará un estudio exploratorio con el fin de contar con una visión del mercado potencial para la idea de negocio que se quiere instalar. Esto permitirá establecer las condiciones existentes para proceder con una investigación documental.

3.2. ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN.

El estudio que se realizará tendrá un enfoque mixto: cualitativo y cuantitativo por la naturaleza de la información requerida, ya que se realizará el diagnóstico de la situación actual del mercado potencial del cantón Ventanas para la apertura de una empresa de catering.

El enfoque cualitativo consistirá en información no numérica que servirá de base para el desarrollo del plan de negocios.

El enfoque cuantitativo se aplicará a través de la recolección de datos de tipo numérico que se tradujo en indicadores numéricos provenientes de tablas de datos.

3.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

En el desarrollo de la investigación se empleó:

La encuesta: Obtener información de la población de estudio a través de un cuestionario de preguntas cerradas a los clientes del negocio.

3.4. POBLACIÓN.

El estudio se realiza se hará en dos etapas. La primer parte comprende a personas naturales que han contratado este tipo de Servicios Sociales y la segunda a empresas.

De acuerdo al Censo Nacional de Población y Vivienda elaborado por el Instituto de Estadísticas y Censos (INEC) la población de estudio del cantón Ventanas es de 71.093 habitantes, de los cuales se trabajará con el 35.9% de la población que corresponde a los estratos medio, medio alto y alto que equivale a 25.522 personas.

4. RESULTADOS

Principales resultados de la encuesta

¿Cuándo organiza usted un evento social ha requerido un servicio de catering?

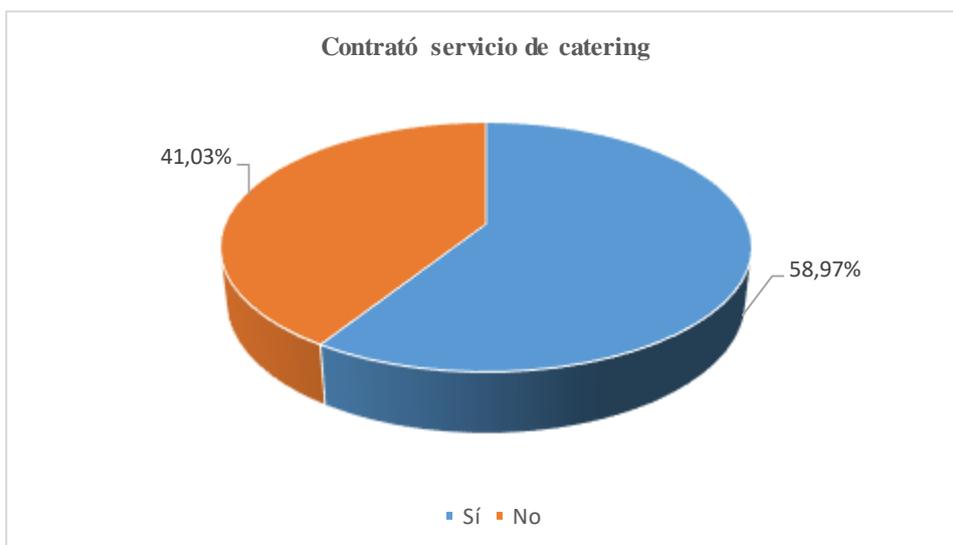


Figura 1. Contrató servicios de catering
Elaborado por: Valeria Vines (2018)

En base a los resultados obtenidos de la encuesta, se concluye que el 58,97% de los encuestados han requerido de los servicios de una empresa de catering para sus eventos sociales, mientras que el 41,03% de los encuestados manifestó que no ha contratado.

¿Cómo considera usted la oferta de prestadores de servicios de catering en el cantón Ventanas?

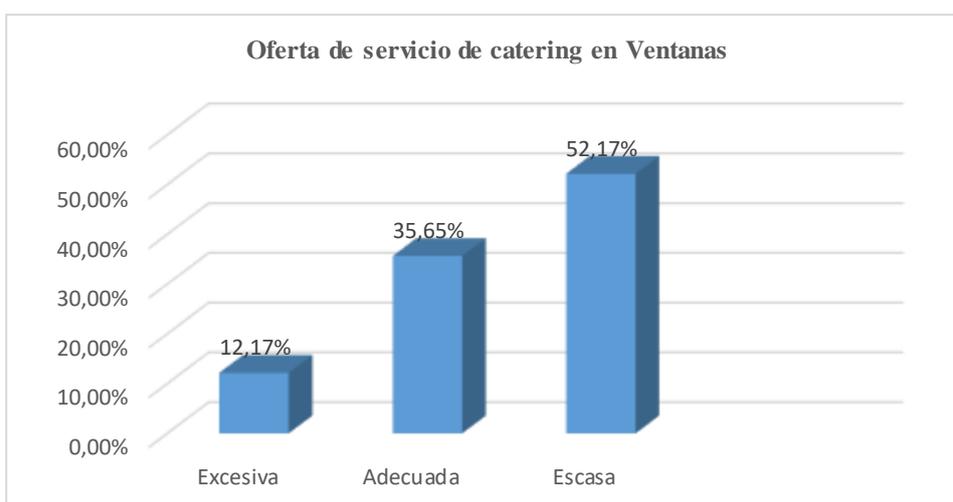


Figura 2. Oferta de servicios de catering en Ventanas
Elaborado por: Valeria Vines (2018)

Al solicitar una evaluación de la oferta de servicios encontramos que el 52,17% de los encuestados respondió que la oferta de este tipo de negocios es escasa, para el 35,65% de los encuestados existe una oferta adecuada y para el 12,17% de los encuestados es excesiva para los requerimientos del cantón Ventanas; lo que demuestra que existe posibilidad de ingresar en este mercado con una alternativa diferente a la existente.

¿Cuánto acostumbra pagar por el menú para sus eventos?

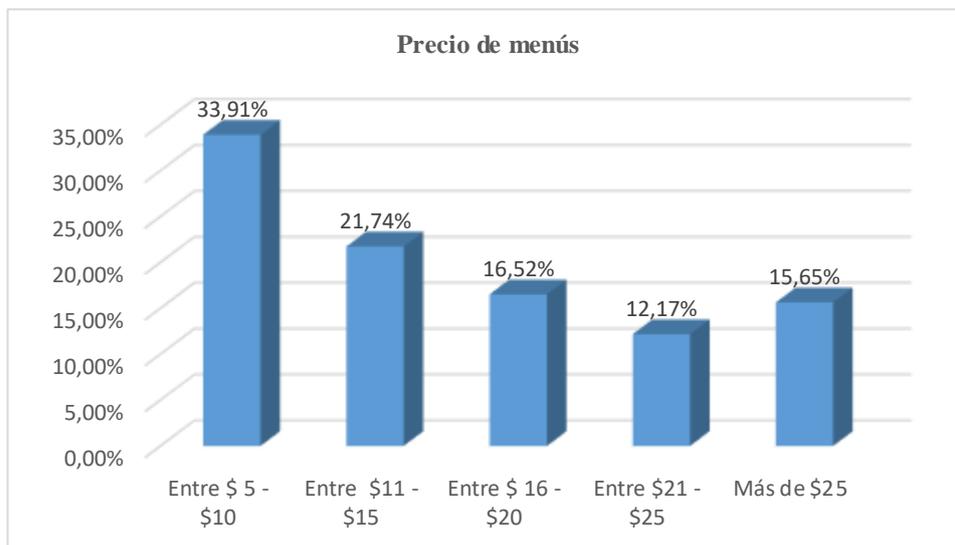


Figura 3. Precios de menús
Elaborado por: Valeria Vincés (2018)

Con respecto a los resultados obtenidos de la encuesta el 33,91% de los encuestados acostumbra pagar un rango de entre \$5 a \$10 por menú individual, el 21,74% de los encuestados paga entre \$11 - \$15, entre \$16 a \$20 por menú individual señaló el 16,52% de los encuestados, el 15,65% de los encuestados respondió que su capacidad de pago está entre \$21 a \$25 por menú individual y más de \$25 por menú individual lo pagan el 12,17% de los encuestados, en los rangos más altos se puntualizó que estos valores son relativos a los eventos celebrados.

4.1. DISCUSIÓN DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Con base en los resultados de la encuesta determinó que este tipo de servicio si es necesario en el cantón Ventanas como lo afirma el 58,97% de los encuestados, ya sea para que les provea menús, vajillas, sillas, mesas, etc. que se necesitan en un evento social o empresarial. Se identificaron competidores del servicio que ya están con un firme posicionamiento en el mercado siendo necesario considerar invertir en marketing. La población en promedio generalmente contrata este servicio mayormente una vez al año. El cantón Ventanas no cuenta con una cantidad excesiva de negocios de catering por lo que la nueva empresa tendrá que distinguirse en algún atributo en su servicio para captar un porcentaje del mercado. La preferencia de los encuestados es por la comida nacional se tendrá que organizar menús con platos de la cocina nacional. El promedio de gasto por invitado que harían los clientes está mayormente en el rango de los \$% a \$10 hacia ese rango deberá estructurar mayormente la empresa su oferta gastronómica. La publicidad digital es lo que mayormente consume la población, se tendrá que apalancar las estrategias de marketing en esta clase de marketing.

Estructurar menús para matrimonios mayormente es hacia donde ofrecer preferentemente el negocio opciones a los clientes. En el ámbito de las empresas la oferta gastronómica debe dirigirse hacia la organización de bussines lunch y buffets. Otra opción innovadora en el servicio que el nuevo negocio debe considerar es la prestación del servicio de alimentación a los empleados de empresas con platos de comida saludable.

5. PROPUESTA

5.1 INVERSIÓN INICIAL

En la tabla 1 la inversión en el proyecto.

DETALLE	TOTAL
Capital de trabajo	\$ 3.866,00
Propiedades , planta y equipo	
Equipo de cocina	\$ 3.830,00
Cristalería	\$ 13.344,00
Equipo de cómputo	\$ 440,00
Menaje	\$ 13.444,00
Total de Propiedades , planta y equipo	\$ 31.058,00
Total de Activos	\$ 34.924,00
Constitución de empresa	\$ 300,00
Permisos y patentes	\$ 350,00
Gastos pagados por anticipados	\$ 500,00
Total de activos diferidos	\$ 1.150,00
Total de inversión	\$ 34.924,00

Tabla 1. Inversión en el proyecto
Elaborado por: Valeria Vincés (2018)

La tabla 2 presenta la estructura de financiamiento.

ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO	
MONTO A FINANCIAR	\$ 34.924
BANCO 70%	\$ 24.447
APORTE ACCIONISTA 30%	\$ 10.477
TASA INTERES	11,20%
PERIODO PAGO CAPITAL	MENSUAL
PERIODO PAGO INTERES	MENSUAL
DIVIDENDO	\$ 533,97
PLAZO	5 AÑOS

Tabla 2. Inversión en el proyecto
Elaborado por: Valeria Vincés (2018)

La tabla 3 presenta los ingresos del proyecto. Se consideró un crecimiento en el precio de 0,50 USD cada año en las opciones de menú y en la venta de éstos del 20% anual.

DESCRIPCIÓN	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3		
	CANTIDAD	PRECIO	INGRESO ANUAL	CANTIDAD	PRECIO	INGRESO ANUAL	CANTIDAD	PRECIO	INGRESO ANUAL
Menú bronce	5568	\$ 6,00	\$ 33.408	6682	\$ 6,50	\$ 43.430,40	7684	\$ 7,00	\$ 53.786,88
Menú plata	4390	\$ 8,00	\$ 35.120	5268	\$ 8,50	\$ 44.778,00	6058	\$ 9,00	\$ 54.523,80
Menú oro	2190	\$ 10,00	\$ 21.900	2628	\$ 10,50	\$ 27.594,00	3022	\$ 11,00	\$ 33.244,20
TOTAL	12148		\$ 90.428	14578		\$ 115.802,40	16764		\$ 141.554,88

Tabla 3. Ingresos del proyecto
Elaborado por: Valeria Vines (2018)

En la tabla 4 se presentan los costos y gastos anuales del proyecto.

COSTOS Y GASTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
NOMINA DE PERSONAL			
ADMINISTRATIVO	\$ 15.384,59	\$ 15.716,90	\$ 16.056,38
DE SERVICIO	\$ 38.775,59	\$ 41.856,66	\$ 42.760,77
VÍVERES Y BEBIDAS	\$ 59.315,98	\$ 84.510,98	\$ 115.429,57
+ INTERNET	\$ 240,00	\$ 252,84	\$ 266,37
+ TELÉFONO	\$ 300,00	\$ 316,05	\$ 332,96
+ ENERGÍA ELÉCTRICA	\$ 600,00	\$ 632,10	\$ 665,92
+ AGUA POTABLE	\$ 240,00	\$ 252,84	\$ 266,37
+ SUMINISTROS DE OFICINA	\$ 300,00	\$ 316,05	\$ 332,96
+ GAS, ACEITES Y OTROS	\$ 2.760,00	\$ 2.907,66	\$ 3.063,22
= TOTAL COSTOS	\$ 117.916,16	\$ 146.762,08	\$ 179.174,50
DEPRECIACIÓN	\$ 1.980,10	\$ 1.922,60	\$ 1.922,60
+ AMORTIZACIÓN	\$ 130,00	\$ 130,00	\$ 130,00
+ GASTOS FINANCIEROS	\$ 2.543,68	\$ 2.087,99	\$ 1.578,56
= TOTAL OTROS GASTOS	\$ 4.653,78	\$ 4.140,59	\$ 3.631,16
TOTAL GASTOS Y COSTOS	\$ 122.569,94	\$ 150.902,67	\$ 182.805,66

Tabla 4. Costos y gastos del proyecto
Elaborado por: Valeria Vines (2018)

En la tabla 5 se presenta el flujo de caja del proyecto.

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
INGRESOS OPERACIONALES				
INGRESOS POR VENTA DE PAQUETES DE SERVICIOS		\$ 90.428,00	\$ 115.802,40	\$ 141.554,88
EGRESOS OPERACIONALES				
- COSTOS DIRECTOS		\$ 54.160,18	\$ 57.573,56	\$ 58.817,15
- COMPRA DE VÍVERES		\$ 59.315,98	\$ 84.510,98	\$ 115.429,57
- COSTOS INDIRECTOS		\$ 4.440,00	\$ 4.677,54	\$ 4.927,79
- DEPRECIACION&AMORTIZACION		\$ 2.110,10	\$ 2.052,60	\$ 2.052,60
- GASTOS FINANCIEROS		\$ 2.543,68	\$ 2.087,99	\$ 1.578,56
- PART TRABAJADORES		\$ 4.821,29	\$ 5.265,04	\$ 6.187,62
= FLUJO OPERATIVO		-\$ 36.963,23	-\$ 40.365,31	-\$ 47.438,40
INGRESOS NO OPERATIVOS				
		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
- INVERSIÓN FIJA	-\$ 18.984,00			
- INVERSIÓN DIFERIDA	-\$ 650,00			
- CAPITAL DE TRABAJO	-\$ 3.866,00			
+ CREDITO BANCARIO	\$ 24.446,80			
= EGRESOS NO OPERATIVOS		\$ 12.964,65	\$ 13.269,79	\$ 14.121,59
- PAGO DE DIVIDENDOS		\$ 6.407,69	\$ 6.407,69	\$ 6.407,69
- IMPUESTOS DE RENTA		\$ 6.556,96	\$ 6.862,10	\$ 7.713,90
= FLUJO NO OPERATIVO	\$ 946,80	-\$ 12.964,65	-\$ 13.269,79	-\$ 14.121,59
= FLUJO NETO	\$ 946,80	-\$ 49.927,87	-\$ 53.635,10	-\$ 61.559,99
FLUJO NETO ACUMULADO	\$ 946,80	-\$ 48.981,07	-\$ 102.616,17	-\$ 164.176,16

Tabla 5. Flujo de caja del proyecto
Elaborado por: Valeria Vincés (2018)

La evaluación financiera del proyecto presentó resultados negativos.

5. CONCLUSIONES

Existen las condiciones favorables en el mercado para la apertura de un nuevo negocio de servicio de catering como lo confirma la investigación de mercado donde se identificó ciertos factores que espera la población, ofrezca este nuevo local, debido a que no se siente bien atendidos con los que actualmente están funcionando.

Acorde con los supuestos establecidos de contratación laboral representa una carga pesada para una microempresa cumplir con el pago de todas las obligaciones laborales dado que éstas representan una gran carga a financiar, y con los ingresos que se obtienen no se logra cubrir los costos operacionales (especialmente el de sueldos y salarios), lo que corrobora que es una opción de subsistencia económica que genera autoempleo para el emprendedor pero no para crear plazas de empleo formales que puedan cumplir con las obligaciones laborales pertinentes como pago de décimos, fondo de reserva, vacaciones y otros rubros..

Se estableció una cartera de menús gastronómico para cada tipo de evento que se requiera, se fijó el precio en base a la encuesta realizada y considerando el análisis de costos de preparación de los menús que se ofertan.

Lo precios de los menús establecidos en base de los resultados de la encuesta no son los suficiente para cubrir los altos costos de sueldos y salarios, por tanto, se debería no ofrecer un sistema de contratación laboral formal a los empleados

Se consideró a los medios digitales como la mejor opción para impulsar y posicionar el negocio por su alcance masivo y costos convenientes.

Siendo un emprendimiento perteneciente a la Economía Popular y Solidaria se facilita la consecución de crédito para su puesta en marcha. Se estableció una estructura financiera de 70% crédito bancario y 30% aportación propia.

6. RECOMENDACIONES

Luego de elaborar un plan de negocios para la creación de una empresa de servicios de catering y bufet para eventos sociales y empresariales en la ciudad de Ventanas se recomienda lo siguiente:

Aplicar evaluaciones sistemáticas de los presupuestos de ventas y gastos, así como de los flujos de cajas.

Realizar estudios de mercado semestralmente que permitan una evaluación constante de las preferencias y gustos de los clientes.

Efectuar evaluaciones del servicio que se ofrece a los clientes con el fin de proponer mejoras y/o agregar nuevas innovaciones.

Dado los resultados favorables de la evaluación y la demanda existente en el cantón por el servicio se recomienda a los emprendedores considerar esta idea negocio para poner en marcha.

7. BIBLIOGRAFÍA

Baca, G. (2014). *Evaluación de Proyectos*. México: Mc Graw Hill.

Gobierno Autonomo Descentralizado de Ventanas. (2017). *Ventanas*. Obtenido de ventanas.gob.ec/

Espinoza, R. *FODA*. México: Mc Graw Hill.

Levitt. H. *Análisis de mercado*. México: Mc Graw Hill.

Randall. M. *Análisis de mercados*. México: Mc Graw Hill

Tarquin, A., & Blank, L. (2016). *Ingeniería Económica*. México: Mc Graw Hill.