

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS - ESPE



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO



ELABORACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA
CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CATERING, EVENTOS Y
BANQUETES EN LA CIUDAD DE LATACUNGA PROVINCIA
DE COTOPAXI.

ANDREA VICTORIA VELOZ JÁCOME



CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

- Las empresas de catering, eventos y banquetes es una rama de la hotelería que se encuentra en pleno crecimiento, sin embargo ésta no es explotada al máximo.
- Dentro de la zona urbana de la ciudad de Latacunga existen empresas que ofrecen servicios relacionados con eventos y banquetes, pero no existen empresas que ofrezcan un servicio integral (catering, eventos y banquetes), profesional y especializado para la creciente población de la zona urbana que requiere de este tipo de producto-servicios.
- Por último cabe mencionar que la mayoría de las empresas que ofertan este tipo de servicios se encuentran ubicadas a las afueras de la ciudad, convirtiéndose en una dificultad con respecto al tiempo de movilización y demás gastos inmersos en la realización de un evento.

OBJETIVO GENERAL

- Elaborar un plan de negocios para la creación de una empresa de Catering, Eventos y Banquetes en la ciudad de Latacunga provincia de Cotopaxi.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Desarrollar la fundamentación teórica que sustentara el tema y la metodología de la investigación.
- Determinar las oportunidades de negocio mediante un estudio de mercado.
- Realizar un estudio técnico, administrativo, operativo, organizacional y legal.
- Realizar un plan de inversión y comercialización para la empresa.



CAPÍTULO II



PLAN DE NEGOCIOS

- Un plan de negocio se define como un instrumento clave y fundamental para el éxito, el cual consiste en una serie de actividades relacionadas entre sí para el comienzo o desarrollo de una empresa. Así como una guía que facilita la creación o el crecimiento de la misma. *(Jack Fleitman, 2010, pág. 147)*



CATERING

- Es toda aquella actividad hotelera que tiene como finalidad la producción, realización y posterior ejecución de un servicio de comidas y/o bebidas, esta última en un lugar remoto al centro de producción. *(Alacreu José 2003, pág. 22)*

BANQUETES

- Los servicios de banquetes se pueden definir como aquellos que ofrecen alimentos, bebidas y complementos en el mismo lugar y momento donde se confeccionan, para un número prefijado de comensales, mediante acuerdo expreso sobre el menú y precio global todo incluido. *(Alacreu, 2001)*



CAPÍTULO III

ANÁLISIS DEL MERCADO



ANÁLISIS DE LA DEMANDA

SEGMENTACIÓN DE MERCADO

| VARIABLES DE SEGMENTACIÓN | SEGMENTO |
|---------------------------|---------------------------------|
| Geográficas | Sector Urbano |
| | Ciudad de Latacunga |
| | Provincia de Cotopaxi |
| Socioeconómicas | Población Económicamente Activa |
| | Ciudad de Latacunga |
| | Provincia de Cotopaxi |

DEMANDA ACTUAL

POBLACIÓN Y MUESTRA

| Población | | | |
|------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-------------------------|
| Indicador | 48.5% Porcentaje de Hombres | 51.5% Porcentaje de Mujeres | Total Hombres y Mujeres |
| Población Total de Cotopaxi | 198464 | 210741 | 409205 |
| Población Total de Latacunga | 82687 | 87802 | 170489 |
| PEA Cotopaxi | 83953 | 89146 | 173099 |
| PEA Latacunga | 34975 | 37138 | 72113 |

ECUACIÓN

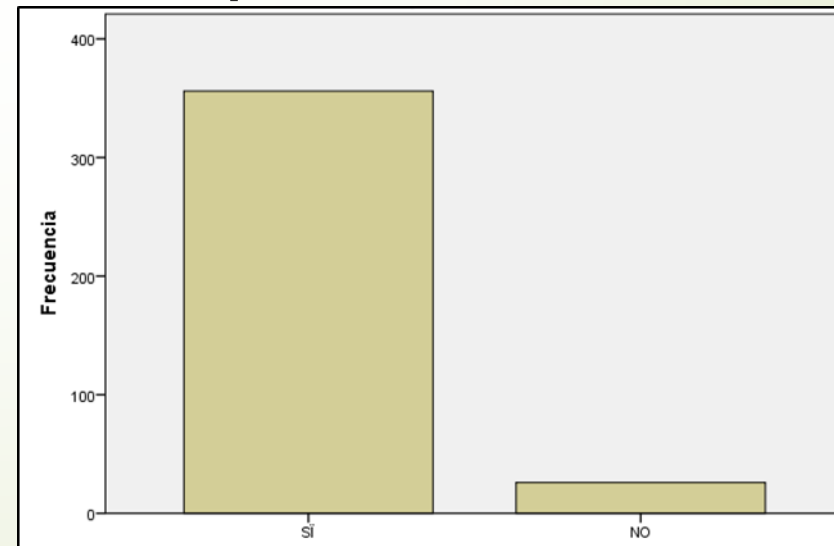
$$n = \frac{N * S^2 * Z^2}{e^2 * (N - 1) + S^2 * Z^2}$$

TÉCNICAS DE RECOPILOACIÓN DE INFORMACIÓN

INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

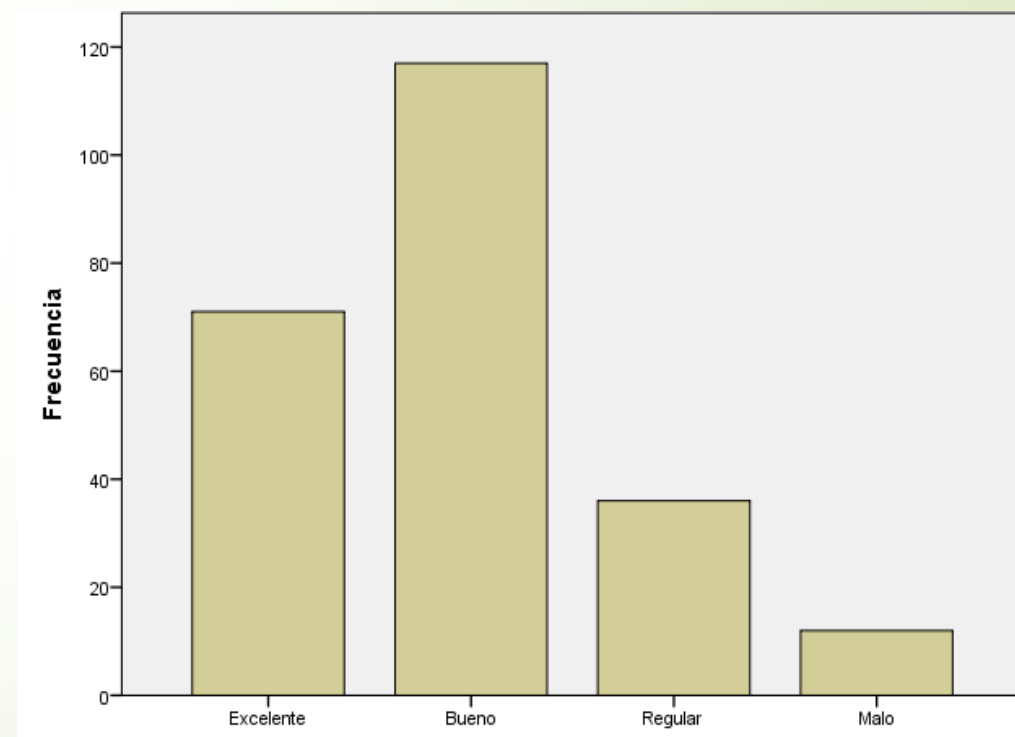
¿Contrataría usted una empresa que le brinde el servicio de banquetes para un evento social?

| | Frecuencia | Porcentaje válido |
|---------|------------|-------------------|
| Válidos | | |
| SÍ | 356 | 93,2 |
| NO | 26 | 6,8 |
| Total | 382 | 100,0 |



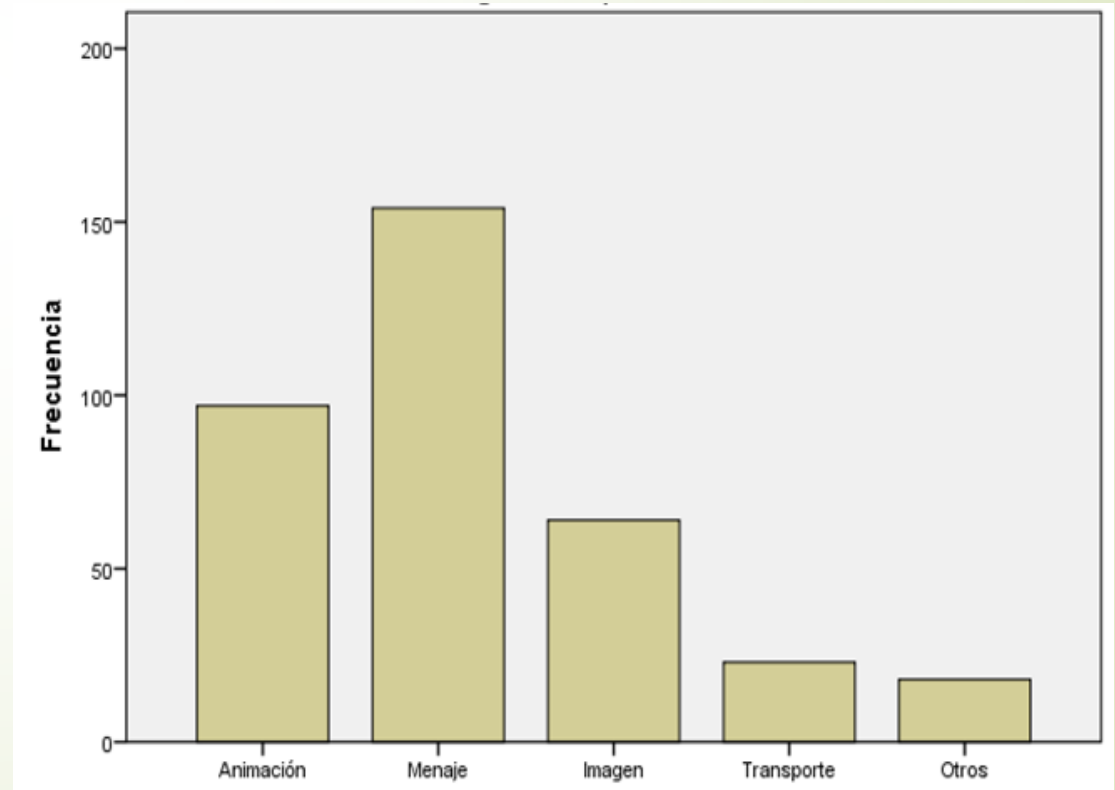
¿Cómo califica el servicio proporcionado?

| | Frecuencia | Porcentaje válido | |
|---------|------------|----------------------|-------|
| Válidos | Excelente | 71 | 30,1 |
| | Bueno | 117 | 49,6 |
| | Regular | 36 | 15,3 |
| | Malo | 12 | 5,1 |
| | Total | 236 | 100,0 |
| Total | 382 | | |



¿Cuál sería el principal elemento que la empresa de banquetes y eventos Sociales le gustaría que le ofrezca?

| | Frecuencia | Porcentaje válido | |
|---------|------------|-------------------|-------|
| Válidos | Animación | 97 | 27,2 |
| | Menaje | 154 | 43,3 |
| | Imagen | 64 | 18,0 |
| | Transporte | 23 | 6,5 |
| | Otros | 18 | 5,1 |
| | Total | 356 | 100,0 |



PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

| DEMANDA ACTUAL | |
|----------------|------------------------|
| Año | Número de consumidores |
| 2012 | 93448 |
| 2013 | 101088 |
| 2014 | 134447 |

| PROYECCIÓN DE LA DEMANDA | |
|--------------------------|------------------------|
| Año | Número De Consumidores |
| 2012 | 93448 |
| 2013 | 101088 |
| 2014 | 134447 |
| 2015 | 178815 |
| 2016 | 237823 |
| 2017 | 316305 |
| 2018 | 420686 |
| 2019 | 559512 |
| 2020 | 744151 |

$$\% \text{ Variación: } \frac{\text{Año actual} - \text{Año pasado}}{\text{Año pasado}} * 100$$



ANÁLISIS DE LA OFERTA

OFERTA ACTUAL

| OFERTA ACTUAL | |
|----------------------|------------------------------|
| Año | Capacidad de personas |
| 2012 | 57120 |
| 2013 | 73440 |
| 2014 | 73440 |



PROYECCIÓN DE LA OFERTA

| PROYECCIÓN DE LA OFERTA | |
|-------------------------|-----------------------|
| Año | Capacidad de personas |
| 2012 | 57120 |
| 2013 | 73440 |
| 2014 | 73440 |
| 2015 | 89597 |
| 2016 | 109308 |
| 2017 | 133356 |
| 2018 | 162694 |
| 2019 | 198487 |
| 2020 | 242154 |

DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA

| Año | Oferta | Demanda | DEMANDA INSATISFECHA Número de Clientes | Captación del Mercado (20%) |
|-------------|---------------|----------------|--|--|
| 2012 | 57120 | 93448 | 36328 | |
| 2013 | 73440 | 101088 | 27648 | |
| 2014 | 73440 | 134447 | 61007 | |
| 2015 | 89597 | 178815 | 89218 | 17844 |
| 2016 | 109308 | 237823 | 128515 | 25703 |
| 2017 | 133356 | 316305 | 182949 | 36590 |
| 2018 | 162694 | 420686 | 257992 | 51598 |
| 2019 | 198487 | 559512 | 361025 | 72205 |
| 2020 | 242154 | 744151 | 501997 | 100399 |

COMERCIALIZACIÓN

PRODUCTO

| EMPRESA DE CATERING | | |
|---------------------|--|---|
| SERVICIOS | | ELEMENTOS DE SERVICIO |
| BANQUETES | MATRIMONIOS 15 AÑOS BAUTIZOS | MENAJE ANIMACIÓN AMBIENTACIÓN |
| CATERING | CUMPLEAÑOS BABY SHOWER REUNIONES GRADOS | TRANSPORTE MESEROS ALIMENTACIÓN ASESORÍA |

PRECIO

| NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO | PRECIO |
|----------------------------|------------------|
| EL FOGÓN | \$ 20,80 |
| PARADERO LA FINCA | \$ 22,00 |
| BAMBÚ RECEPCIONES | \$ 23,00 |
| RECEPCIONES SAN LUIS | \$ 13,00 |
| RECEPCIONES LA COLINA | \$ 14,00 |
| FLAMBÉ | \$ 24,00 |
| LAS DELICIAS DEL CHEF | \$8,50 - \$10,00 |
| D'FRAGOLÉ | \$16,00 -\$25,00 |
| CONDEL | \$ 17,00 |

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar, por persona, por un buffet, cena o banquete para un evento social?

| | Porcentaje |
|-----------------------------|------------|
| Entre 9usd – 12usd | 16,3 |
| Entre 13usd – 16usd | 27,2 |
| Válidos Entre 17usd – 20usd | 37,6 |
| Entre 21usd – 24usd | 18,8 |
| Total | 100,0 |

PROMOCIÓN

- El canal de distribución va a ser directo



- MEDIOS DE PUBLICIDAD
 - FOLLETERÍA
 - REDES SOCIALES
 - PÁGINA WEB
 - BOCA A BOCA



PERSONA

- CLIENTES
- PERSONAL ADMINISTRATIVO
- PERSONAL OPERATIVO

EVIDENCIA FÍSICA

Evento #1

Pre - Evento

- Contratación con el 50% antes del evento
- Asesoría Técnica
- Logística
- Montaje
- Planificación del Evento

Evento

- Ejecución del Evento
- Desmontar
- Limpieza

Post- Evento

- Medición de la satisfacción del cliente
- Pago del 50% del evento realizado



CAPÍTULO IV

ANÁLISIS TÉCNICO

LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

MATRIZ DE LOCALIZACIÓN

Tabla 4.1 Matriz de Localización del Proyecto

| Factor de Localización | Peso (%) | Alternativas de Localización | | | | | |
|--------------------------------|-------------|------------------------------|------------|-------------------|------------|-----------|------------|
| | | ZONA A | | ZONA B | | ZONA C | |
| | | San Carlos | | Bellsarlo Quevedo | | 2 de Mayo | |
| | | CALIF. | POND. | CALIF. | POND. | CALIF. | POND. |
| Ubicación | 25% | 4 | 1 | 2 | 0,5 | 3 | 0,75 |
| Construcción de la edificación | 20% | 4 | 0,8 | 3 | 0,6 | 1 | 0,2 |
| Servicios Básicos | 10% | 5 | 0,5 | 2 | 0,2 | 4 | 0,4 |
| Espacio Físico | 20% | 5 | 1 | 4 | 0,8 | 2 | 0,4 |
| Proximidad de materias primas | 15% | 4 | 0,6 | 2 | 0,3 | 3 | 0,45 |
| Seguridad | 10% | 5 | 0,5 | 2 | 0,2 | 2 | 0,2 |
| TOTAL | 100% | | 4,4 | | 2,6 | | 2,4 |



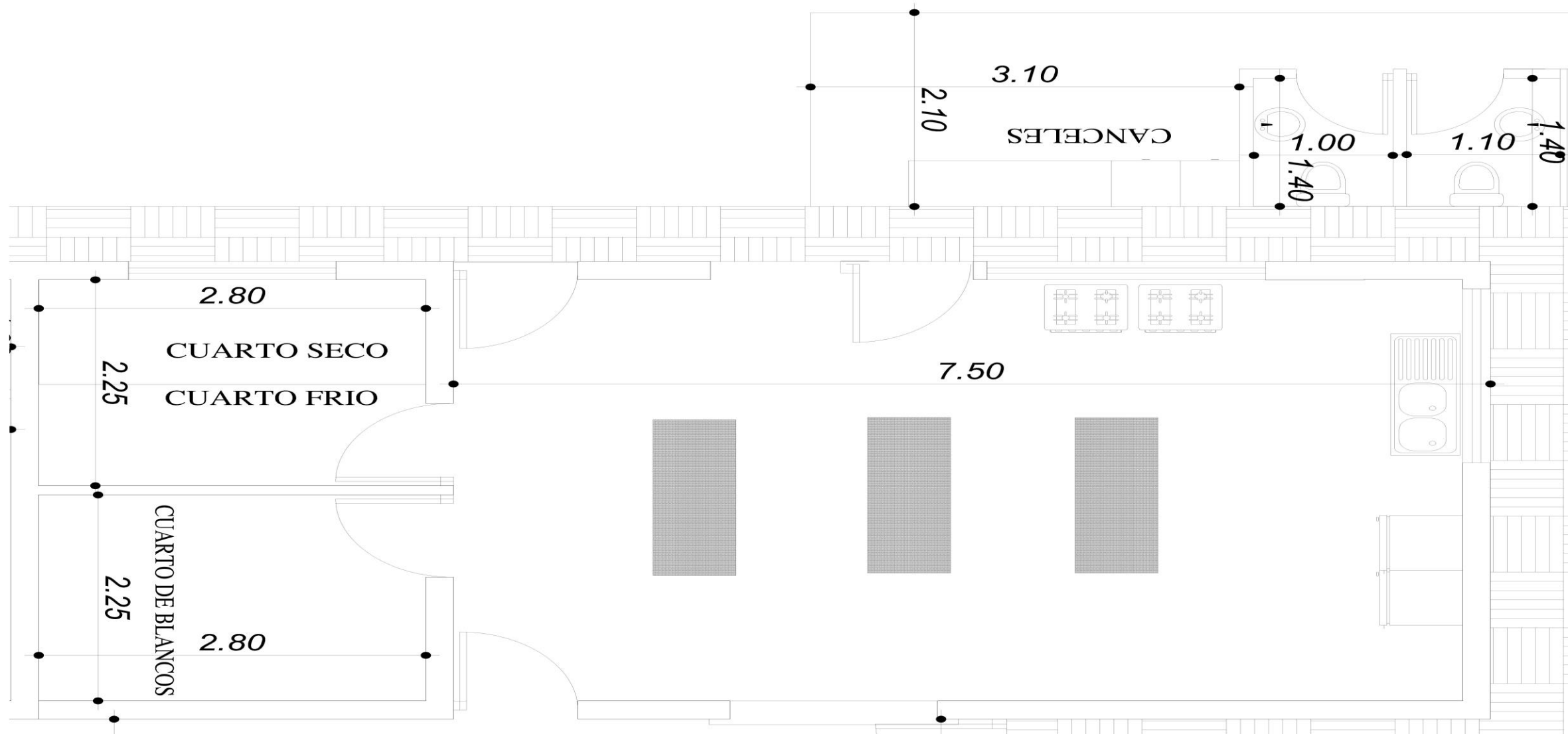
MACRO LOCALIZACIÓN

- El establecimiento va a estar ubicado en la Provincia de Cotopaxi
- Ciudad Latacunga
- Parroquia Ignacio Flores
- Barrio San Carlos.

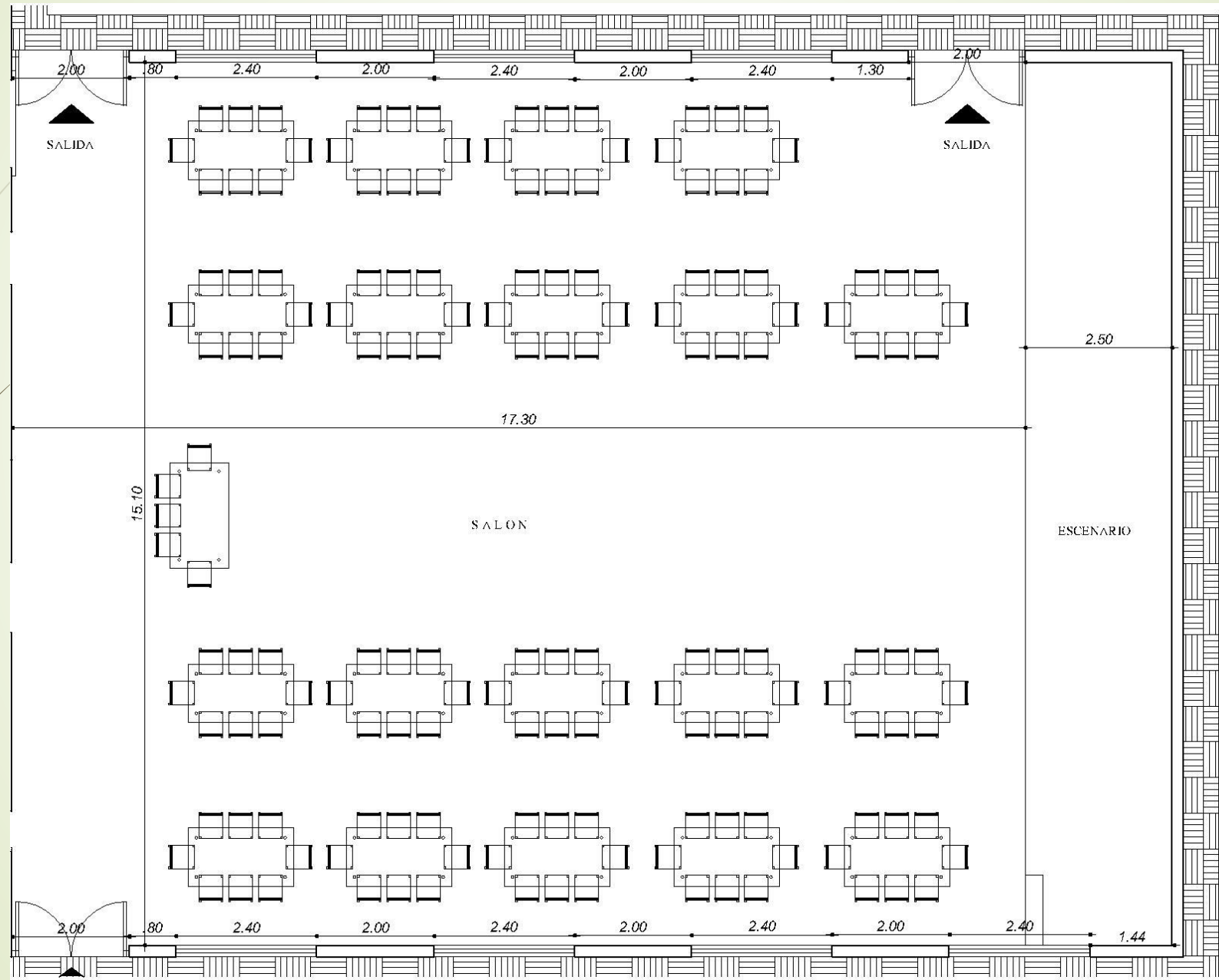
TAMAÑO DEL PROYECTO

| CAPACIDAD INSTALADA | | | | |
|----------------------------|-----------------------|-------------------------|-------------------------|----------------------------|
| AÑOS | PROMEDIO ANUAL | PROMEDIO MENSUAL | PROMEDIO SEMANAL | PROMEDIO POR EVENTO |
| 2015 | 17844 | 1487 | 372 | 124 |
| 2016 | 25703 | 2142 | 535 | 178 |
| 2017 | 36590 | 3049 | 762 | 191 |
| 2018 | 51598 | 4300 | 1075 | 215 |
| 2019 | 72205 | 6017 | 1504 | 301 |

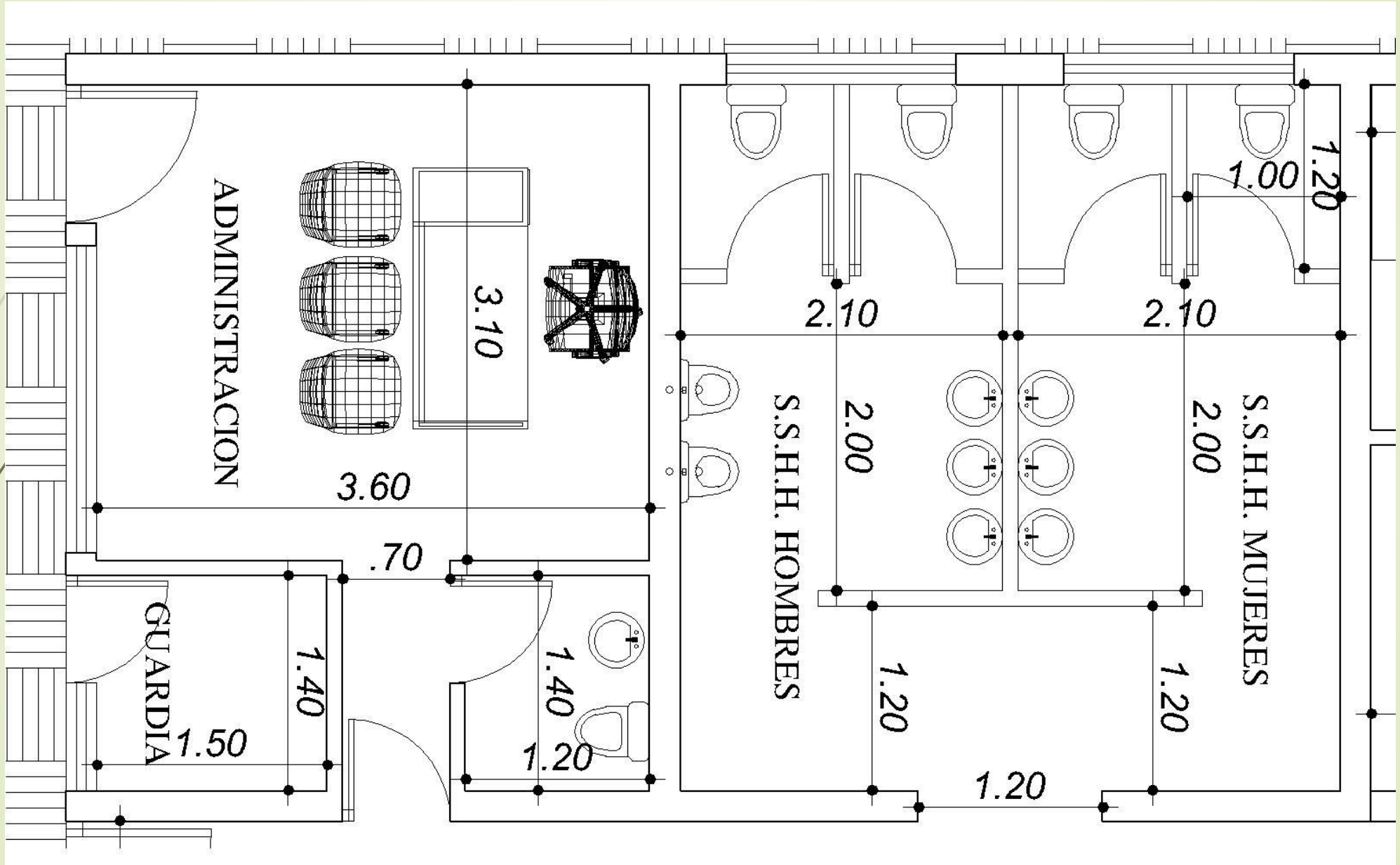
ÁREA DE COCINA BODEGA Y ÁSEO DEL PERSONAL



ÁREA DEL SALÓN



ÁREA ADMINISTRATIVA



ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

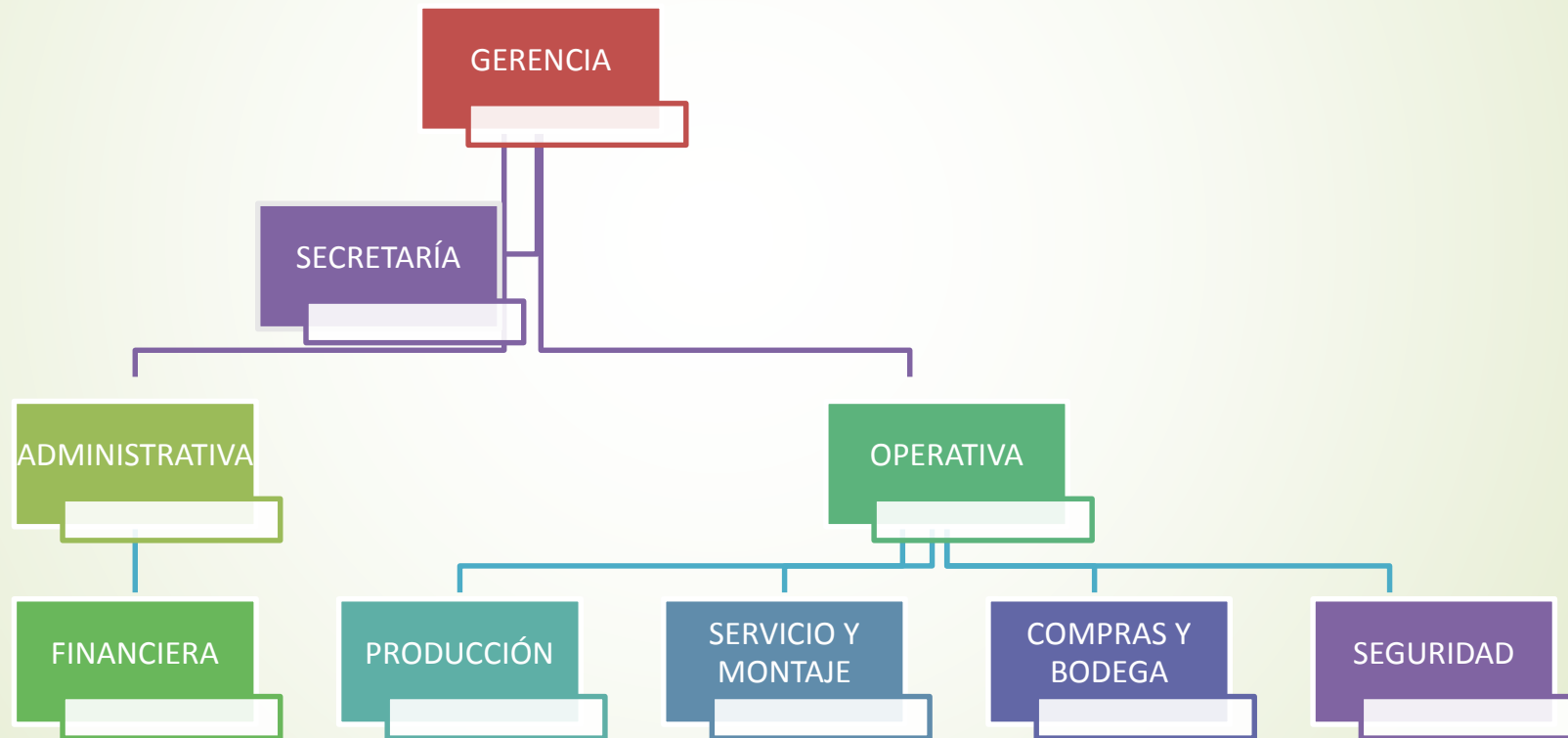


DIAGRAMA DE PROCESO DE UN EVENTO

PRE - EVENTO

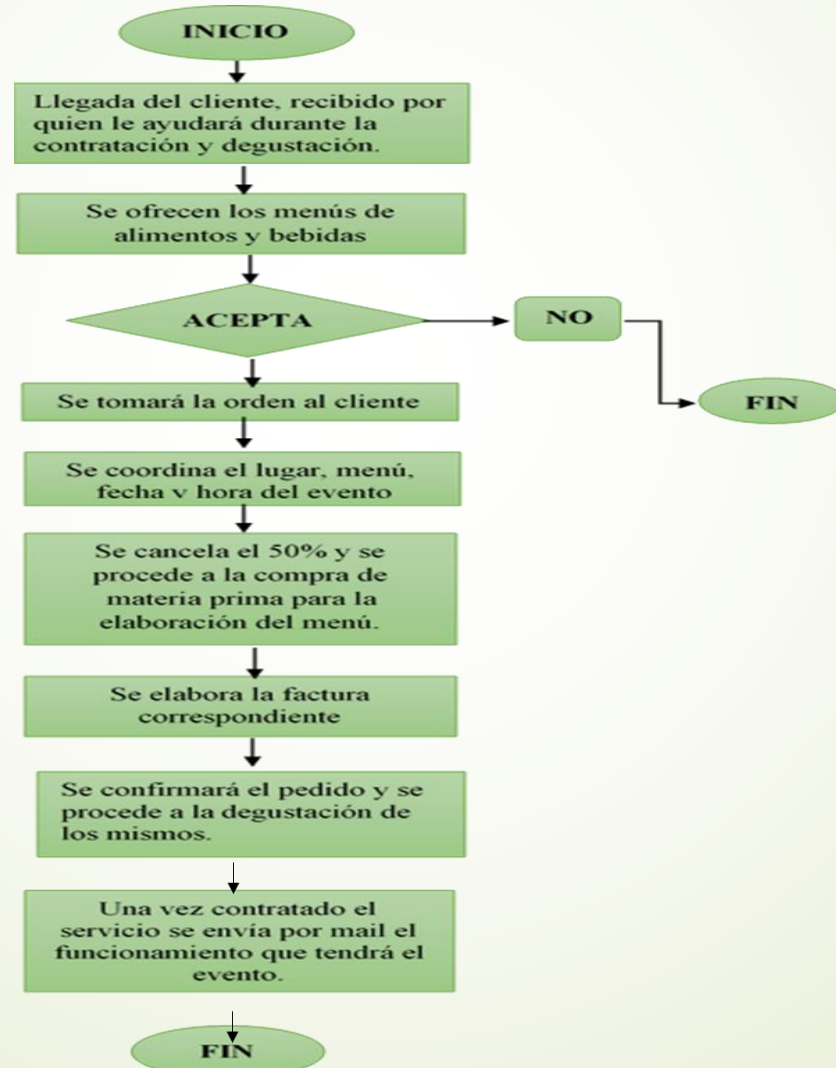
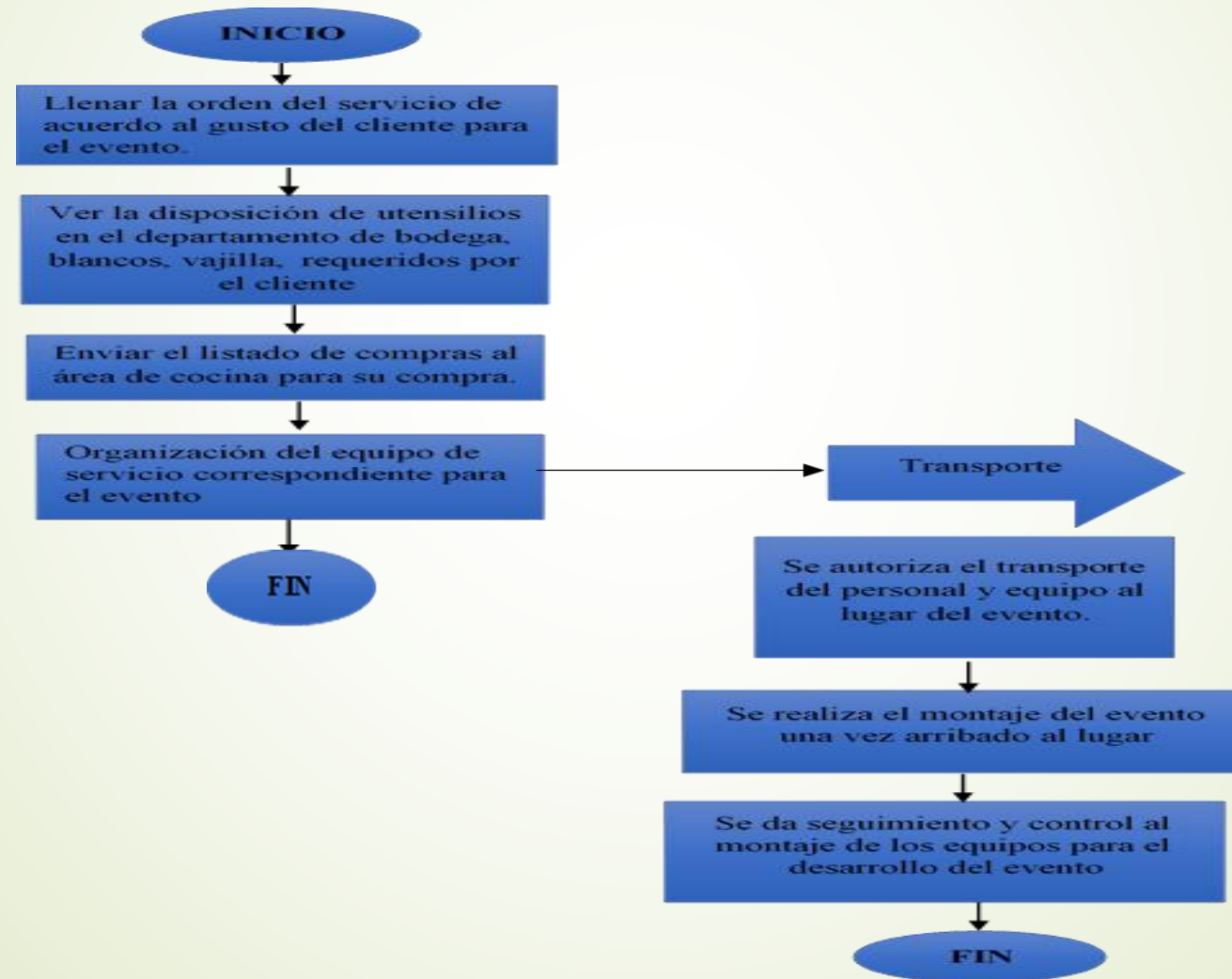


Diagrama de proceso de planificación y organización del evento



MISE EN PLACE DEL EVENTO

EVENTO

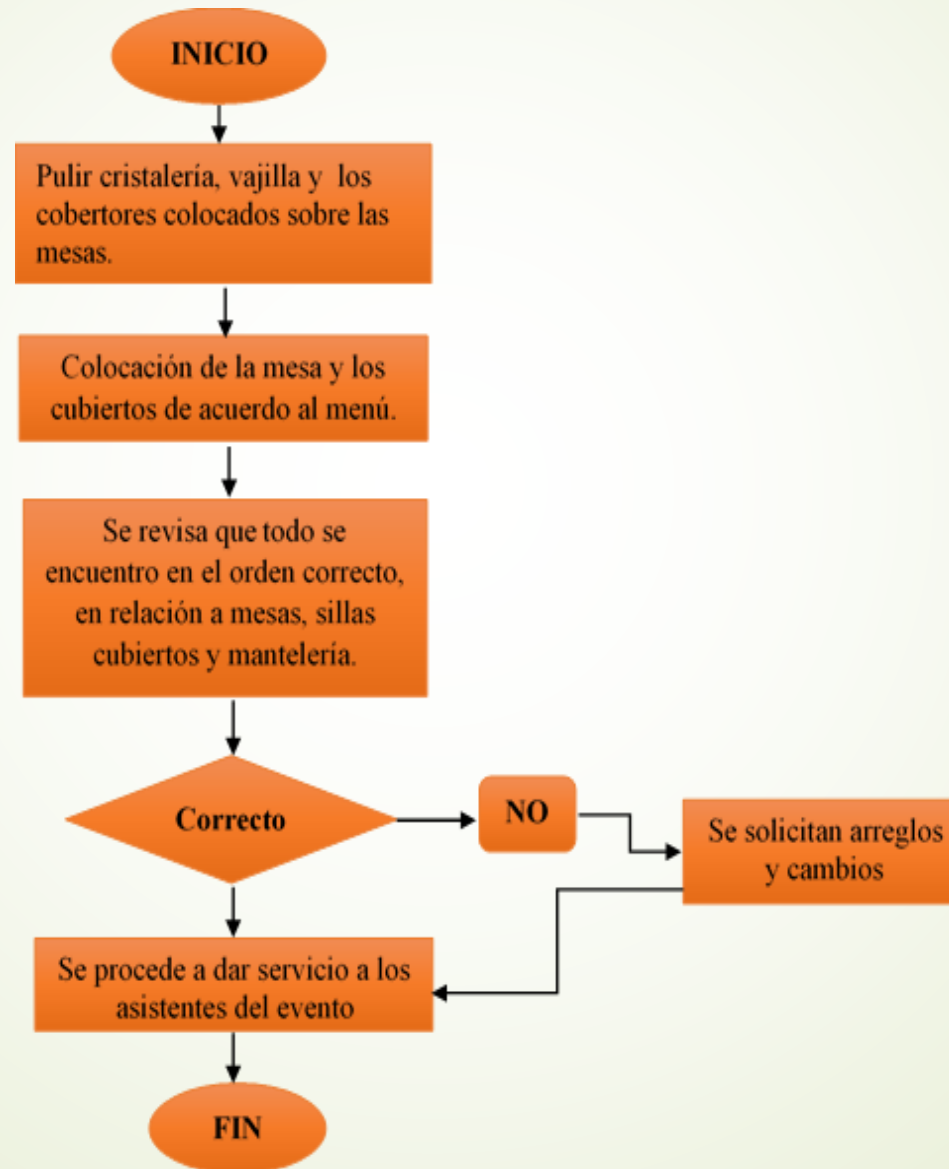


DIAGRAMA DE PROCESO SERVICIO AL CLIENTE

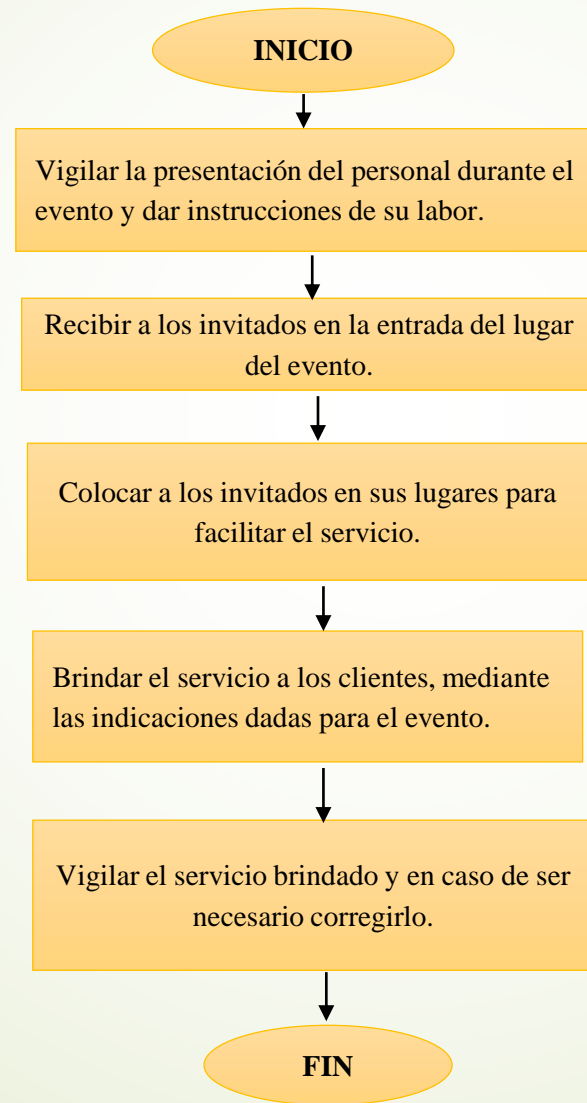
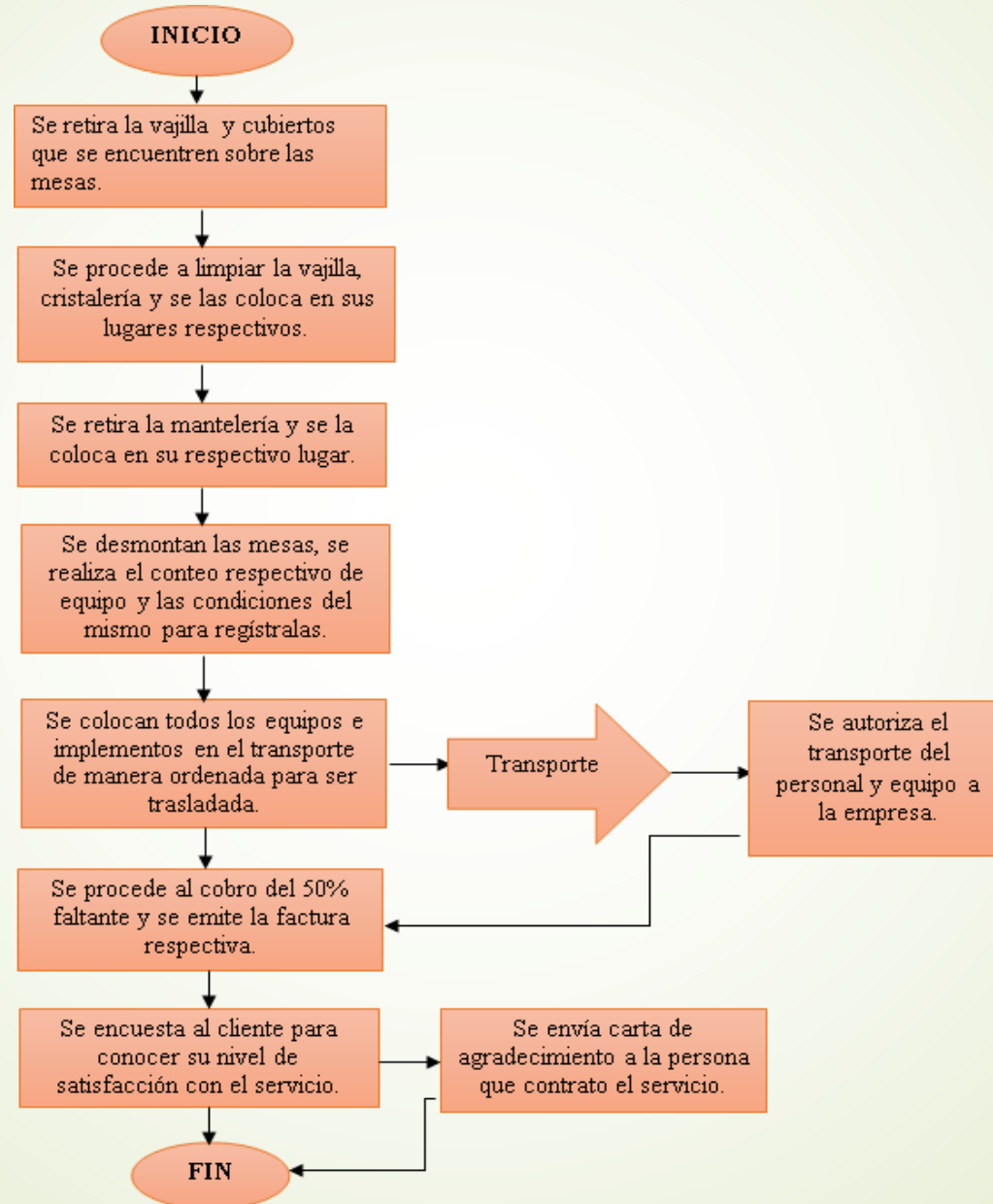


DIAGRAMA DE PROCESO POST EVENTO

POST EVENTO



PRINCIPIOS ORGANIZACIONALES DE LA EMPRESA

MISIÓN

- ▶ Brindar correcta y eficientemente el servicio de catering, eventos y banquetes, mediante la complacencia de las necesidades de los clientes, ofreciendo servicios en excelentes condiciones con la ayuda de profesionales capacitados, a tal modo de generar satisfacción total en la población de la ciudad de Latacunga.

VISIÓN

- ▶ Ser una empresa líder en la gestión de eventos y banquetes en la provincia de Cotopaxi, brindando la organización y desarrollo de eventos sociales, con el propósito de satisfacer todas las exigencias de nuestros clientes a partir del 2018.



CAPÍTULO V

FLUJO DE CAJA

FLUJO DE CAJA

| | RUBROS | Año 0 | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|-----|--------------------|--------------|--------------|-------------|------------|------------|------------|
| = | UTILIDAD NETA | | -180.106,28 | -42.928,90 | 101.386,07 | 292.169,81 | 569.037,73 |
| (+) | Depreciaciones | | 9.590,83 | 9.590,83 | 9.590,83 | 8.897,50 | 8.897,50 |
| (+) | Valor Residual | | | | | | 36.487,50 |
| (+) | Capital De Trabajo | | | | | | 426.059,07 |
| (-) | Inversiones | 545.114,07 | | | | | |
| (+) | Préstamo | 220.529,23 | | | | | |
| (-) | Amortización Deuda | | 35.380,63 | 39.287,48 | | 48.443,06 | |
| | | | | | 43.625,75 | | 53.792,31 |
| = | FLUJO NETO DE CAJA | (324.584,84) | (205.896,08) | (72.625,55) | 67.351,16 | 252.624,25 | 986.689,49 |

TASA DE DESCUENTO

Tasa de Descuento

$$I = (T.P * \%R.P) + T.A * (1-t) * \%P + \text{Riesgo} + \text{Inflación}$$

| | | | | |
|-------------------------|-------------|--------|--------|--------|
| | | | | |
| tasa pasiva | T.P = | | 4,53% | |
| recursos propios | R.P = | | 59,63% | |
| tasa activa | T.A = | | 10,52% | |
| tasa impuestos | t = | | 0,00% | |
| préstamo | P = | | 40,37% | |
| | Riesgo = | | 4,99% | |
| | Inflación = | | 3,76% | nov-14 |
| | | | | |
| I = | | 15,70% | | |

VALOR ACTUAL NETO VAN

CÁLCULO DEL VALOR ACTUAL NETO

| AÑOS | FNC | SFNC | $(1+i)^n$ | $FNC/(1+i)^n$ |
|-------|--------------|--------------|-----------|---------------|
| 0 | -324.584,84 | | | -324.584,84 |
| 1 | -205.896,08 | -205.896,08 | 1,1570 | -177.951,79 |
| 2 | -72.625,55 | -278.521,63 | 1,3387 | -54.249,78 |
| 3 | 67.351,16 | -211.170,47 | 1,5489 | 43.481,84 |
| 4 | 252.624,25 | 41.453,78 | 1,7922 | 140.958,80 |
| 5 | 986.689,49 | 1.028.143,28 | 2,0736 | 475.830,13 |
| SUMAN | 1.028.143,28 | | | 103.484,36 |

$$VAN = -I + S (FNC/(1+i)^n)$$

TASA INTERNA DE RETORNO TIR

CÁLCULO DE LA TIR

| AÑOS | FNC | VAN CON Tm | VAN CON TM |
|---------------|-------------|-------------|-------------|
| | | 19% | 23% |
| 0 | -324.584,84 | -324.584,84 | -324.584,84 |
| 1 | -205.896,08 | -173.021,91 | -167.395,19 |
| 2 | -72.625,55 | -51.285,61 | -48.004,20 |
| 3 | 67.351,16 | 39.967,24 | 36.193,43 |
| 4 | 252.624,25 | 125.975,82 | 110.370,90 |
| 5 | 986.689,49 | 413.471,61 | 350.473,31 |
| SUMAN: | | 30.522,31 | -42.946,59 |

| | |
|---------------|----------------------|
| Tm: | 19,00% |
| TM: | 23,00% |
| VAN_m: | 30.522,31 |
| VAN_M: | (42.946,59) |
| TIR: | <u>20,66%</u> |

$$T.I.R = Tm + (TM - Tm) \left[\frac{V.A.N Tm}{V.A.N Tm - V.A.N TM} \right]$$

PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL PROYECTO

PRI DEL PROYECTO

| AÑO | FLUJO NETO DE CAJA | FLUJO NETO DE CAJA ACTUALIZADO | FLUJO NETO DE CAJA ACTUALIZADO ACUMULADO |
|-----|--------------------|--------------------------------|--|
| 0 | (324.584,84) | (324.584,84) | (324.584,84) |
| 1 | (205.896,08) | (177.951,79) | (502.536,63) |
| 2 | (72.625,55) | (54.249,78) | (556.786,42) |
| 3 | 67.351,16 | 43.481,84 | (513.304,58) |
| 4 | 252.624,25 | 140.958,80 | (372.345,78) |
| 5 | 986.689,49 | 475.830,13 | 103.484,36 |

Periodo de Recuperación

$$= \frac{\text{Inversión Neta}}{\text{Ingreso neto anual proveniente de la Inversión}}$$

$$\text{Periodo de Recuperación} = \frac{475830,13}{103.484,36}$$

$$\text{Periodo de Recuperación} = 2.29$$


RELACIÓN COSTO BENEFICIO

| AÑOS | BENEFICIOS | COSTOS | COEFICIENTE (1- i)^n i= TMAR =0,1222 | BENEFICIOS ACTUALIZADOS | COSTOS ACTUALIZADOS |
|--------------|--------------|-------------|--|----------------------------|------------------------|
| 0 | | -324.584,84 | 1,00 | | -324.584,84 |
| 1 | 269.215,72 | 449.322,00 | 1,16 | 232.677,67 | 388.339,86 |
| 2 | 407.184,32 | 450.113,22 | 1,34 | 304.158,26 | 336.225,27 |
| 3 | 608.634,50 | 455.714,33 | 1,55 | 392.933,84 | 294.208,73 |
| 4 | 901.201,83 | 460.523,37 | 1,79 | 502.850,88 | 256.961,96 |
| 5 | 1.324.165,90 | 465.888,77 | 2,07 | 638.577,83 | 224.674,45 |
| TOTAL | | | | 2.071.198,48 | 1.175.825,41 |
| B/C | | | | 1,76 | |

$$RBC = \frac{\text{Ingreso Actualizado}}{\text{Costo Actualizado}}$$

CONCLUSIONES

- Se determina que la empresa presenta oportunidades para estabilizarse dentro del mercado sus productos y servicios, puesto que la capacidad de la misma la hace factible, además de sus costos que le brindan una oportunidad de posicionarse.
- El direccionamiento estratégico de la empresa se encuentra basado en los principales valores empresariales establecidos a través de la misión y visión, mismos que pretenden conseguir los objetivos planteados para el posicionamiento de la empresa.
- Se evidencia que el lugar de ubicación de la empresa es de fácil acceso y se encuentra muy visible ante los posibles clientes, establecido a través estudio técnico del mismo modo que los recursos tanto material, humano y financieros utilizados para la implementación de la empresa.

- 
- Se estableció cada uno de los procesos implicados en el servicio a fin de reducir los tiempos de producción y los costos de los mismos, en cuanto a la gestión operativa de la empresa.
 - A través de la evaluación financiera se obtuvo que el VAN de 103.484,36 lo cual demuestra que el proyecto es viable, mientras el TIR es del 20,66 % y es mayor a la tasa de descuento que es del 15.70%, lo cual demuestra que la rentabilidad es mayor a la esperada por los inversionistas.
 - El periodo de recuperación de la inversión del presente proyecto es de 2 años, 2 meses, con 9 días. Pero se debe tener en cuenta la pérdida de los dos primeros años, lo cual nos indica que la recuperación total de la inversión será a los 4 años, 2 meses y 9 días.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda a la empresa ir adecuando la capacidad instalada conforme el incremento de la demanda, estableciendo el número mínimo de eventos que debe cubrir la empresa en un año de vida productiva.
- La empresa debe enfocarse en cumplir eventos sociales como eventos empresariales, fiestas, etc., puesto que son los de mayor concurrencia generando oportunidades de atraer nuevos clientes para la misma.
- La empresa debe contar con materia prima, materiales, equipos e insumos de buena calidad y en las mejores condiciones, además de contar con el personal especializado en cada área con el objetivo de brindar un servicio de alta calidad y satisfacer las necesidades de sus clientes.
- Se recomienda crear convenios con los proveedores de los materiales a fin de mantener los precios y los costos de producción no incrementen protegiendo la rentabilidad de la empresa.



GRACIAS