

## INTRODUCCION

El plan de negocios es un documento que identifica, describe y analiza una oportunidad de negocio, examinando su viabilidad técnica, económica y financiera, y desarrollando todos los procedimientos y estrategias necesarias para convertir dicha oportunidad de negocio en un proyecto empresarial concreto. Pero sobre todo, es un instrumento que ayuda al emprendedor a definir su oportunidad de negocio con una enorme profundidad.

Desarrollare el diseño de un plan de negocios porque me ayudara a demostrar la viabilidad del proyecto que deseo implementar el cual además de ser atractivo para el mercado potencial, resultará rentable para sus inversionistas.

El principal objetivo de este proyecto es la “Elaboración de un plan de negocios para la creación de una empresa dedicada al servicio de Catering en la ciudad de Tarija”.

En el planteamiento del problema tome como punto fundamental obtener información sobre el nivel de aceptación de las pymes en Bolivia, y se conoció que actualmente Bolivia tiene un gran problema con las micro y medianas empresas, debido a que no les brinda el suficiente apoyo económico para su desarrollo y crecimiento lo cual ocasiona un problema en la economía del país ya que la mayoría de las empresas en Bolivia son de este tipo y representan un pilar fundamental en nuestra sociedad.

Además las pymes se enfrentan a un montón de problemas ante un entorno económico desfavorable de los cuales trataremos de encontrar las soluciones más adecuadas e implementarlas en este estudio.

## 2. JUSTIFICACION

Se pretende llevar a cabo el diseño de un plan de negocios porque es un instrumento fundamental para el éxito de los empresarios, es además una serie de actividades relacionadas entre sí para el comienzo o desarrollo de una empresa con un sistema de planeación destinado a alcanzar metas determinadas

El plan de negocios define las etapas de desarrollo de un proyecto de empresa y es una guía que facilita la creación o el crecimiento de la misma.

Es también una carta de presentación para posibles inversionistas o para obtener financiamiento, minimiza la incertidumbre y el riesgo del inicio o crecimiento de una empresa, facilita el análisis de la viabilidad y la parte económica de un proyecto.

Las actividades que realiza una empresa son muy numerosas y muy diversas, incluye desde la adquisición del producto hasta la distribución para hacer llegar el producto al usuario final; así que el plan de negocios sirve para no descuidar ninguno de estos aspectos.

Es de gran motivación trabajar en la elaboración de un plan de negocios debido a que me surgió la iniciativa de crear mi propio negocio; que sea una alternativa de trabajo, convertido en un plan de vida que favorezca a la creación de empleo y al desarrollo económico y social de la ciudad de Tarija, como también es alentador tener la oportunidad de poner en práctica mediante esta investigación, todos los conocimientos adquiridos a lo largo de nuestro proceso académico, debido a que la estructuración y desarrollo del proyecto involucra la aplicación de las asignaturas más sobresalientes para emprender con éxito el plan empresarial.

Este proyecto consiste en la elaboración de un plan de negocios para la creación de una empresa que ofrezca un servicio de catering en la ciudad de Tarija, a pesar de que

ya existen empresas que ofrecen este tipo de servicio en la ciudad no hay un líder que se encuentre posicionado en el mercado.

El diseño de este plan de negocios beneficiara tanto a mi persona como futura empresaria, al igual que a posibles inversionistas y/o clientes potenciales.

### **3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

En el mundo globalizado en el que hoy nos encontramos es muy importante tener una mentalidad emprendedora e innovadora; y darle una mayor importancia a las pequeñas y medianas empresas ya que son grandes generadoras de empleo.

Bolivia tiene un gran problema con las micro y medianas empresas, debido a que no les brinda el suficiente apoyo económico para su desarrollo y crecimiento lo cual ocasiona un problema en la economía del país ya que la mayoría de las empresas en Bolivia son de este tipo. El gobierno le ha dado mayor preferencia a todas las empresas relacionadas con el petróleo y sus derivados. (1)

Las cifras del Instituto Nacional de Estadísticas INE, evidencian la generación de empleo de las Pymes a la población activa en un 55%, mientras 17% la emplea la gran empresa, 16% está ocupada en el sector público y 12% desempleada, haciendo indudable que las microempresas representan un pilar fundamental en nuestra sociedad.(2)

Hoy en día la ciudad de Tarija ubicada al sur de la republica de Bolivia cuenta con muchas empresas pequeñas y medianas; entre ellas están las empresas dedicadas al servicio de alquileres de vajilla en general, amplificación, personal de servicio para todo acontecimiento.

Pero estas empresas presentan algunas falencias ya que no ofrecen sus servicios completos, por ejemplo:

- Algunas solo ofrecen el alquiler de vajilla y local(empresa Octavia Eventos )
- Otras no cuentan con el servicio de banquetes.(SERGATAR)
- También existen empresas que no cuentan con la cantidad suficiente de sillas, mesas, mantelería, para satisfacer a la demanda(SEGAPAZ)

- Al igual que no cuentan con personal capacitado para la atención al cliente, puesto que es primordial para el éxito empresarial (Las Mil y Un Vajillas)
- Como también existen otras empresas que no cuentan con proveedores fijos. (MAXI EVENTOS)

Ninguna de estas empresas mencionadas cuenta con servicios de contratación de grupos musicales y servicios de transporte como ser: carrozas y automóviles en el caso de matrimonios.

Por este motivo nace la idea de elaborar un plan de negocios para la creación de una empresa dedicada al servicio de catering en la ciudad de Tarija.

Será una empresa dedicada al servicio de alquiler de mantelería, cubierto y vajilla en general, servicio de amplificación de sonido, iluminación y filmación, cocineros, garzones, barmans, parrilleros, personal de seguridad y de limpieza posterior al evento, contratación de grupos musicales, mariachis, servicio de transporte (auto, carrozas.), servicio de banquetes y decoraciones en general; para todo tipo de acontecimientos como ser: matrimonios, bautizos, cumpleaños, primera comunión, graduaciones, fiestas infantiles, aniversarios y otros; en el lugar elegido por los clientes.

(1) <http://www.gestiopolis.com>;

(2) Datos del INE

### **3.1. FORMULACION DEL PROBLEMA**

*¿La implementación de servicios diferentes e innovadores a una nueva empresa dedicada al servicio de catering aportara de manera satisfactoria para su aceptación y crecimiento en la ciudad de Tarija?*

“Demostrar con el plan de negocios la factibilidad técnica y financiera de la implementación de un catering con servicios diferentes e innovadores en la ciudad de Tarija”.

## **4.OBJETIVOS**

### **4.1 OBJETIVO GENERAL**

“Diseñar un plan de negocio para la creación y el desarrollo de una empresa dedicada al servicio de catering con el fin de determinar su factibilidad y viabilidad económica en la ciudad de Tarija”.

### **4.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- Elaborar un estudio de mercado para determinar el tamaño de la demanda a satisfacer, y para determinar la oferta y precios aceptados por el consumidor.
- Determinar y establecer estrategias para la comercialización de nuestro servicio
- Analizar la factibilidad y viabilidad financiera de llevar a cabo el proyecto.
- Determinar el monto de inversión necesario, los costos para el desarrollo e implementación del servicio y el tiempo que tomará recuperar la inversión.

## 1.1. NOMBRE DE LA EMPRESA

### “CATERING SERVICE” S.R.L.

El nombre de esta empresa de servicios para la realización de eventos es denominado “CATERING SERVICE”.S.R.L.

El vocablo catering, proveniente del idioma inglés, hace referencia a la actividad de proveer con un servicio de comida especialmente contratado a clientes en situaciones específicas, tales como eventos de diverso tipo; pero además de brindar este tipo de servicio actualmente se describe la palabra catering como un conjunto de servicios tales como servicio de vajilla en general, sillas, mesas, toldos, equipo de amplificación y filmación, servicio de garzones, parrilleros, personal de seguridad y demás servicios que se requieren para la realización de cualquier tipo de acontecimiento.

La empresa llevara un nombre en ingles porque el significado de estas dos palabras “CATERING SERVICE” desglosa de manera general lo que se quiere brindar a la población tarijeña con el fin de satisfacer sus gustos y exigencias

## 1.2. DESCRIPCION DE LA EMPRESA

La empresa “CATERING SERVICE” S.R.L. corresponde a la clasificación de **servicios**, por brindar un servicio rápido y personalizado a la población tarijeña para que pueda llevar a cabo de manera satisfactoria algún tipo de acontecimiento.

Esta empresa trabaja bajo la forma de sociedad de responsabilidad limitada; donde se considera que no se requiere de un excesivo número de personas; además porque está compuesta por socios con aportaciones iguales que tendrán derecho a tomar parte en las decisiones de la empresa.

La empresa de servicios “CATERING Y SERVICE” S.R.L., se instalara en el departamento de Tarija, en la provincia cercado.

---



La empresa “CATERING SERVICE” S.R.L. se instalara sobre la avenida Belgrano nro. 1239, entre Eulogio Ruiz y Federico Ávila. La localización escogida, se da por la extensa circulación de personas en el lugar mencionado; además porque es una zona comercial y muy conocida por la población.

#### LUGAR DE SITIO



La empresa de servicios para la realización de eventos “CATERING SERVICE” S.R.L., es una pequeña empresa, por que contara con una cantidad de empleados no mayor a 50 personas y una inversión de 840.042 Bs., como monto inicial.

### 1.3. SERVICIO DE LA EMPRESA

La empresa tiene como fin la prestación de una variedad de servicios completos y de calidad a cada uno de sus clientes, mediante el cual se busca satisfacer las necesidades de estos.

Estos servicios consisten en:

- a) Alquiler de mantelería, sillas, mesas, toldos, cubierto y vajilla en general.
- b) Servicio de amplificación de sonido, iluminación y filmación.
- c) Servicio de cocineros, garzones, barman, parrilleros, payasos, personal de seguridad y de limpieza posterior al evento.
- d) Contratación de grupos musicales y/o mariachis.
- e) Servicio de transporte para matrimonios (auto, carrozas.).
- f) Servicio de banquetes
- g) Decoraciones en general; para todo tipo de acontecimientos.

A continuación se enumeran los tipos de eventos para los cuales se prestaran los servicios mencionados:

- Bodas de oro
  - Bodas de plata
  - Matrimonios
  - 15 años
  - Graduaciones
  - 1ra comunión
  - Confirmación
  - Bautizos
  - Fiestas de cumpleaños
  - Fiestas infantiles
  - Aniversarios
  - Reuniones intimas
  - Y otros
-



## 1.4. MISION Y VISION DE LA EMPRESA

### MISION

*“Somos una empresa dedicada al servicio de catering que ofrece un servicio de calidad, con atención rápida, cordial y personalizada; encaminando nuestras actividades de servicio a la obtención de la total satisfacción de nuestros consumidores”.*

### VISION

*“Ser reconocida por los clientes como la empresa de servicio de catering más competitiva y distinguida, brindando un servicio diferente y exclusivo, de acuerdo a las exigencias de nuestros clientes”.*

## 1.5. OBJETIVOS DE LA EMPRESA

### Objetivo general

Brindar a los clientes un servicio diferente, con una atención personalizada, haciendo conocer el nombre de “CATERING SERVICE” S.R.L. como sinónimo de calidad y variedad de servicios.

### Objetivos específicos

- Incrementar progresivamente la participación de la empresa “CATERING SERVICE” S.R.L. en su sector.
  - Capacitar al personal mediante cursos de capacitación técnica y profesional.
  - Contar con más de tres equipos de amplificación, filmación e iluminación propios en menos de tres años.
-

## **2.1. INVESTIGACION DE MERCADO**

La investigación de mercados es la identificación, recopilación, análisis y difusión de la información de manera sistemática y objetiva, con el propósito de mejorar la toma de decisiones relacionadas con la identificación y solución de problemas y oportunidades de mercadotecnia.

La tarea de la investigación de mercados consiste en satisfacer las necesidades de información y proporcionar a la gerencia información actualizada, relevante, exacta, confiable y válida.

Es necesario realizar una investigación de mercado para poder tomar una decisión acertada sobre la creación de un nuevo servicio y lanzarlo al mercado y también mediante esta podremos identificar algún problema u oportunidad.

## **2.2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION**

### **2.2.1. Objetivo general:**

Identificar los problemas y necesidades que tienen las empresas que prestan sus servicios para realizar eventos en la ciudad de Tarija.

### **2.2.2. Objetivos específicos:**

Entre los objetivos específicos que se espera conseguir con esta investigación de mercado, se pueden detallar los siguientes:

- Determinar la frecuencia con que las personas de la ciudad de Tarija realizan eventos.
  - Establecer si la población estaría dispuesta a utilizar nuestro servicio.
  - Identificar que tipos de eventos realiza la población.
  - Conocer que características del servicio las personas valoran más.
  - Determinar el presupuesto anual disponible para la realización de sus eventos.
-

- Obtener información que nos permita diferenciarnos de los competidores en este mercado.

### **2.3. PROBLEMA DE DECISIÓN GERENCIAL**

¿Deberá ponerse en funcionamiento la empresa de servicios para la realización de eventos CATERING SERVICE S.R.L. en la ciudad de Tarija ofreciendo un servicio de atención rápida y personalizada?

### **2.4. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**

Determinar la aceptación de “CATERING SERVICE”S.R.L. frente a los competidores, en relación a la prestación de los diversos servicios.

### **PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN**

- ¿Existe la aceptación del servicio de catering en la ciudad de Tarija?
- ¿Cuáles son las características más relevantes que el cliente prefiere al momento de adquirir los servicios?
- ¿Qué tipos de acontecimientos se realizan con mayor frecuencia?
- ¿Con que frecuencia anual realizan dichos acontecimientos?
- ¿Cuáles son los servicios que mas prefiere el cliente?

### **2.5. HIPÓTESIS**

Los servicios que ofrecerá “CATERING SERVICE”S.R.L. en la ciudad de Tarija serán aceptados de manera satisfactoria.

---

## **2.6. Diseño de investigación**

### **2.6.1. Fase del diseño de la Investigación.**

Para el estudio de mercado de “CATERING SERVICE” S.R.L., el diseño de la investigación de mercado que vamos a utilizar es descriptiva que la vamos a describir a continuación:

### **2.6.2. Investigación Descriptiva.**

La investigación descriptiva será utilizada mediante el método por encuestas. Esta fase de la investigación es la más adecuada para este tipo de estudio de mercado puesto que nos permite establecer de manera más detallada la situación del mercado de esta industria y nos brinda mayor cantidad de herramientas que nos permiten proyectar aspectos muy importantes a la hora de realizar una investigación.

Será la técnica principal que se utilizará dentro del proyecto para obtener la información necesaria de los clientes potenciales, así como de la competencia. Una de las informaciones más importantes que necesitamos extraer son las preferencias de las personas en cuanto a gustos, precios y presentaciones, esta información nos permitirá saber las principales necesidades de nuestros futuros consumidores.

Estas encuestas se diseñarán a través de un cuestionario, con preguntas claras y concisas; se las efectuará a las personas de 20 a más de 65 años de edad del área urbana de la ciudad de Tarija la cual se muestra en ANEXO 1.

La muestra será tomada siguiendo un tipo de **muestreo probabilístico estratificado**, el cual se lo detallará más adelante, donde se indicará el tamaño de la muestra y todo lo referente al análisis cuantitativo estadístico.

### **2.6.3. Determinación del Marco Muestral**

Para los seleccionados de la población meta utilizamos como marco muestral los datos obtenidos por el INE de las proyecciones del total de la población comprendida entre 20 a más de 65 años de edad, que viven en el área urbana de la ciudad de Tarija. VER ANEXO 2

---

DATOS:

$N = 122344$

donde:

$(1 - E) = 95\%$

 $N =$  Nro. de personas de la población objetivo.

$Z_{E/2} = 1,96$

 $(1 - E) =$  Nivel de confianza.

$e = 5\%$

 $Z_{E/2} =$  Valor de la abscisa vista en la tabla de distribución

$p = 0,83$

normal

$q = 0,17$

 $e =$  Error permitido

$n_0 = ?$

 $p =$  porcentaje de personas que si les interesaría adquirir

$n = ?$

los servicios que brinde "CATERING SERVICE" S.R.L.

 $q =$  Porcentaje de personas que no les interesaría adquirir

los servicios que brinde "CATERING SERVICE" S.R.L.

 $n_0 =$  Tamaño de muestra provisional. $n =$  Tamaño de muestra definitivo.**Tamaño de muestra Provisional.**

$$n_0 = \frac{Z_{E/2}^2 \cdot N \cdot P \cdot q}{e^2 \cdot N + Z_{E/2}^2 \cdot P \cdot q}$$

$$(1,96)^2 * (122344) * (0,83) * (0,17)$$

$$n_o = \frac{\quad}{(0,05)^2 * (122344) + (1,96)^2 * (0,83) * (0,17)} = 216,4363322 = 216$$

$$(0,05)^2 * (122344) + (1,96)^2 * (0,83) * (0,17)$$

El tamaño de la muestra al cual se debe dirigir la investigación es de 216 personas de un total de 122344.

### Tamaño de muestra definitivo:

$$n = \frac{n_o}{1 + (n_o / N)}$$

$$n = 216 / (1 + (216 / 122344))$$

$$n = 216$$

El tamaño de la muestra definitivo al cual se debe dirigir la investigación es de 216 personas de un total de 122344.

### Determinación del tamaño de la muestra para cada estrato.

El presente trabajo de investigación se realizara bajo el método de muestreo estratificado; porque se dividirá la población en estratos y se seleccionara una muestra para cada uno de ellos. A continuación se muestra en la siguiente tabla los rangos de edades para cada estrato con su respectiva población:

TABLA Nro. 1

## TAMAÑO DE LA POBLACION DE CADA ESTRATO

Nro.	Estratos (edad)	Nh
1	20 – 49	93604
2	50 – mas de 65	28740

Datos

N = 122344

Donde:

 $N_1 = 93604$ 

N = Nro. Total de personas comprendidas entre los

 $N_2 = 28740$ 

20 a más de 65 años de edad.

n = 216

Nh = Nro. De personas en cada estrato

nh = ?

n = Nro. de personas encuestadas

nh = Nro. de personas encuestadas por estrato

Se utilizara la siguiente fórmula para determinar la cantidad de personas que se debe encuestar en cada estrato:

$$nh = \left( \frac{Nh}{N} \right) \cdot n$$

$$n_1 = \left( \frac{N_h}{N} \right) \quad n = \left( \frac{93604}{122344} \right) \cdot 216 = 165$$

El número de personas encuestadas en el estrato I de 20 a 49 años de edad es de 165.

$$n_2 = \left( \frac{N_{h_2}}{N} \right) \quad n = \left( \frac{28740}{122344} \right) \cdot 216 = 50,74 = 51$$

El número de personas encuestadas en el estrato II de 50 a más de 65 años de edad es de 51.

### NUMERO DE ENCUESTAS POR CADA ESTRATO

**TABLA Nro. 2**

Nro.	Estratos (edad)	Nh	Nh
1	20 – 49	93604	<b>165</b>
2	50 a mas de 65	28740	<b>51</b>

#### 2.7. Resultados e interpretación de la investigación.

Al terminar el llenado de encuestas se procedió a la recopilación de datos, que serán explicados por estratos en sus diferentes gráficos en forma detallada.

Mediante la siguiente tabla se lograra calcular la proporción del número de personas que tuvieron una actitud positiva y negativa, encuestadas en cada estrato:



**TABLA Nro.3**

<b>Nro.</b>	<b>Estratos (edad)</b>	<b>Nh</b>	<b>Nh</b>	<b>A</b>
1	20 – 49	93604	165	147
2	50 a mas de 65	28740	51	36
	Total	122344	216	183

Datos:

donde:

N = 122344

N = Nro. total de personas comprendidas entre los 20 a más de

n = 216

65 años de edad. Del área urbana de la ciudad de Tarija.

a = 183

n = número de personas encuestadas en cada estrato

a = número de personas encuestadas que tendrán una actitud

Favorable a la apertura de la empresa “CATERING

SERVICE”.S.R.L.

P = Probabilidad de éxito en la muestra.

q = Probabilidad de fracaso en la muestra.

$$P = a / n$$

$$p = 183 / 216$$

$$P = 0,85 = 85\%$$

En una muestra de 216 personas del área urbana de la ciudad de Tarija, el 85% tendrá una actividad favorable a la apertura de la empresa “CATERING SERVICE”.S.R.L.

$$q = 1 - p$$

$$q = 1 - 0,85$$

$$q = 0,15 = 15\%$$

En una muestra de 216 personas del área urbana de la ciudad de Tarija, el 15% tendrá una actitud desfavorable a la apertura de la empresa “CATERING SERVICE”.S.R.L.

## RESULTADOS

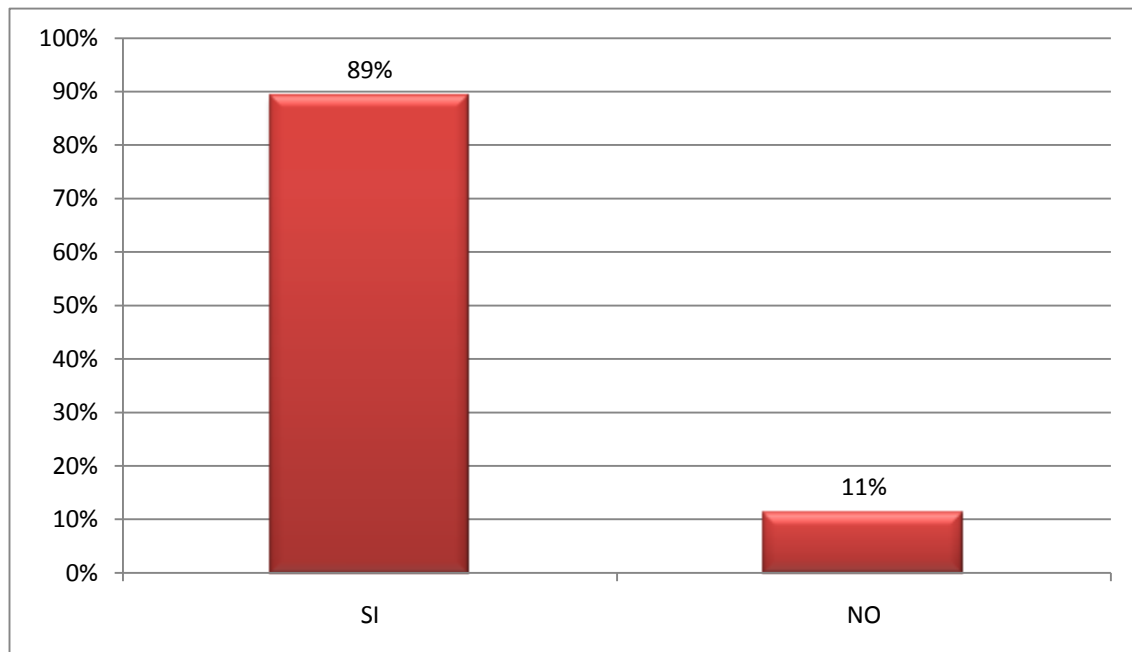
**ESTRATO I:** 20 – 49 años

### 1.- Aceptación y/o adquisición del servicio de catering en la ciudad de Tarija

TABLA Nro.4: Interés por adquirir los servicios de catering

INTERES	F	%
Positivo	147	89
Negativo	18	11

GRAFICA Nro. 1



El mercado de catering en la ciudad de Tarija tiene una elevada aceptación por la población; lo cual nos lleva a un gran interés en la creación de una empresa de esta índole ya que será aceptada de manera satisfactoria.

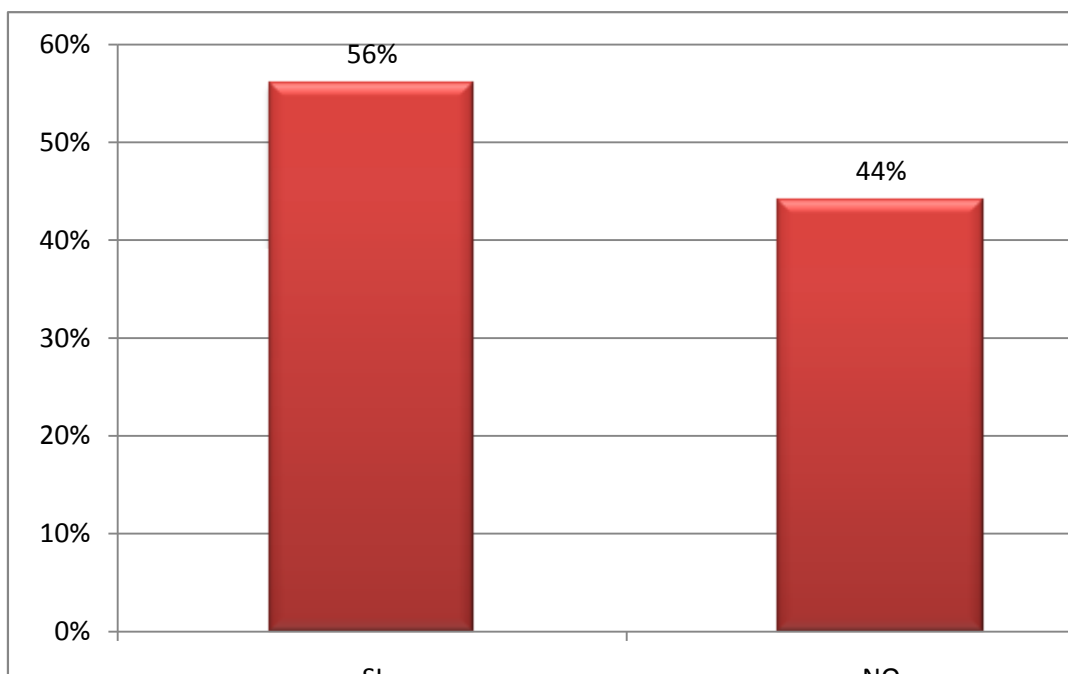
---

## 2.- Realización regular de eventos

TABLA Nro. 5: Proporción de personas encuestadas que realizan regularmente eventos sociales en la ciudad de Tarija.

RESULTADOS	F	%
SI	82	56
NO	65	44

GRAFICA Nro. 2



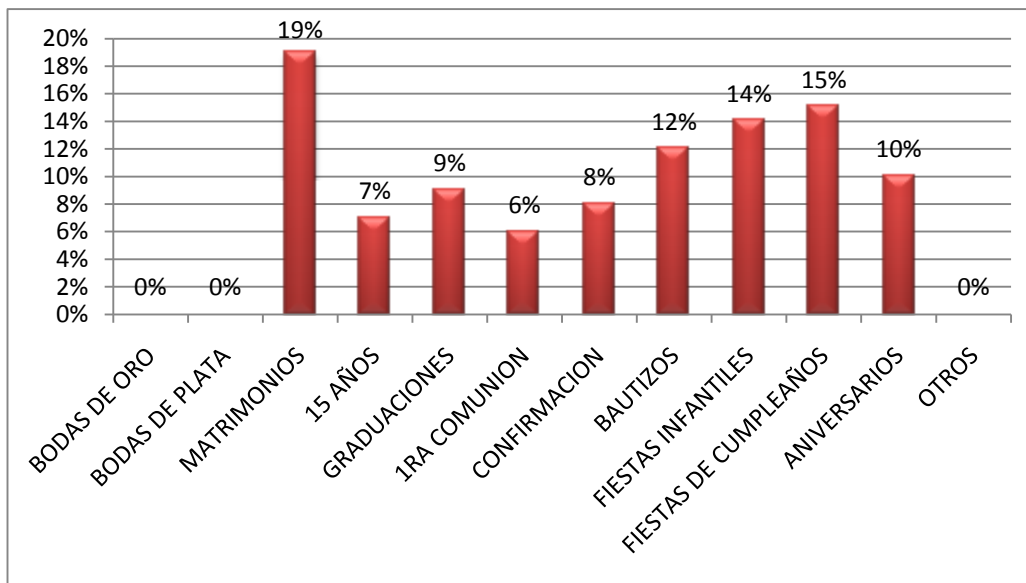
El grafico 2 demuestra que existe una proporción significativa de personas que realizan acontecimientos de manera regular; esto nos implica beneficios ya que para llevarlos a cabo es indispensable utilizar los servicios de catering.

### 3.- Eventos realizados o por realizar.

TABLA Nro. 6: Tipos de eventos que los encuestados realizan

EVENTOS	F	%
Matrimonios	28	19
15 años	10	7
Graduaciones	13	9
1ra comunión	9	6
Confirmación	12	8
Bautizos	18	12
Fiestas infantiles	20	14
Fiestas de cumpleaños	22	15
Aniversarios	15	10

GRAFICA Nro. 3



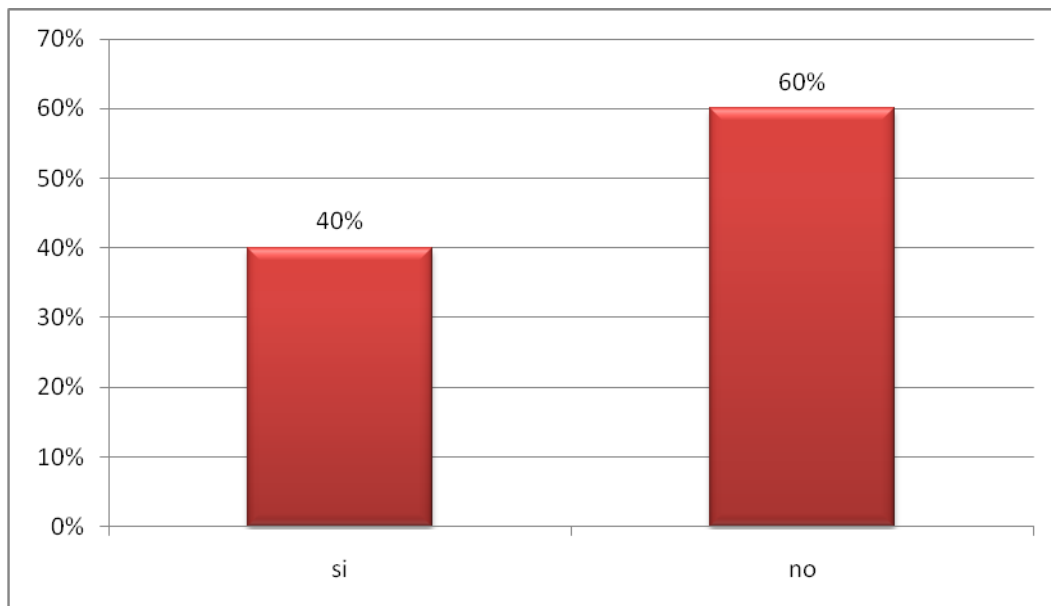
Este gráfico nos ayuda a obtener una clara visión de aquellos tipos de eventos al cual nos vamos a enfocar. Existe una extensa demanda de los matrimonios, seguida de las fiestas de cumpleaños, fiestas infantiles, bautizos y finalmente aniversarios.

#### 4.- Contratación de una empresa específica de servicios de catering para realizar algún acontecimiento.

TABLA Nro. 7: Proporción de personas que cuentan con una empresa específica para llevar a cabo algún acontecimiento.

RESULTADOS	F	%
SI	59	40
NO	88	60

GRAFICA Nro. 4



La menor parte de las personas encuestadas cuenta con un proveedor, sin embargo estos resultados nos ayudaría a conocer a la competencia al mismo tiempo que nos ayudaría a identificar sus ventajas, problemas y sus falencias generales.

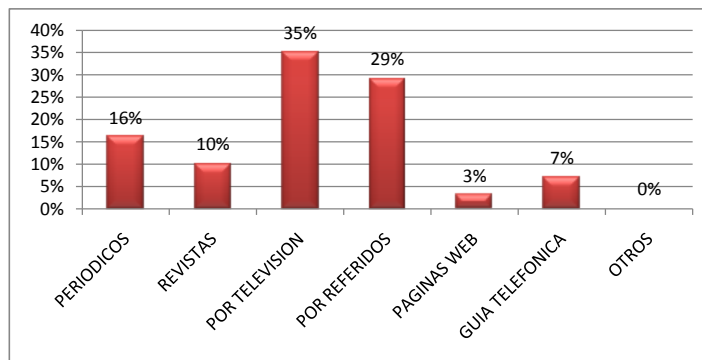
---

### 5.- Fuentes de información cuando se requiere de una empresa de servicios de catering.

TABLA Nro. 8: Fuentes de información de las personas cuando requieren realizar eventos

FUENTES DE INFORMACION	F	%
Periódicos	24	16
Revistas	15	10
Televisión	51	35
Por referidos	43	29
Páginas web	4	3
Guía telefónica	10	7
Otros	0	0

GRAFICA Nro. 5



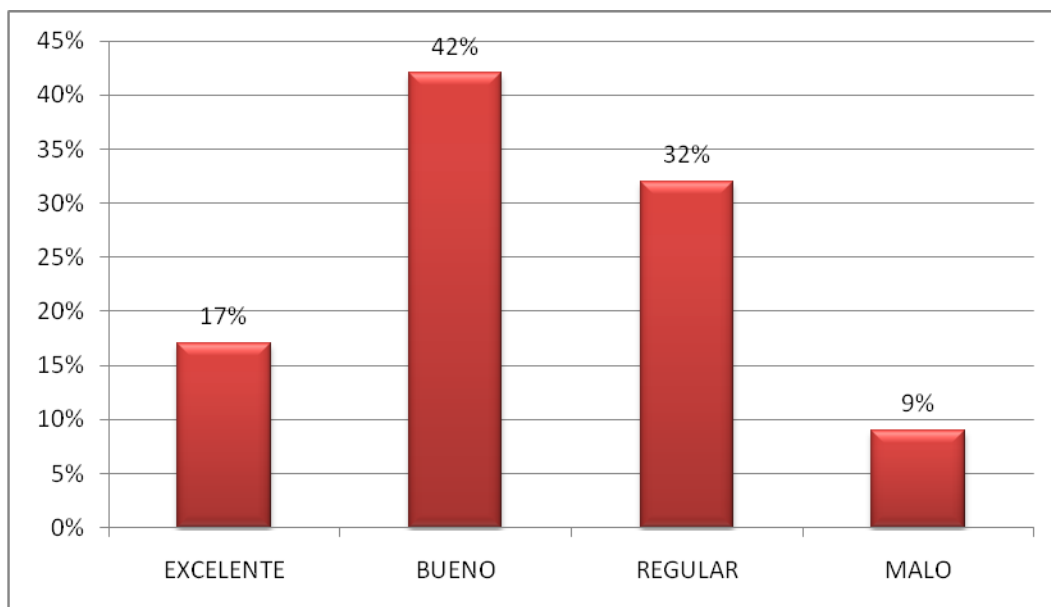
Estos resultados nos indica que promoción vamos a utilizar para llegar al consumidor. Queda claro que nos tenemos que enfocar mayormente en realizar propagandas por televisión para captar la atención de los clientes y darles a conocer todos los servicios que brindara “CATERING SERVICE”S.R.L.

## 6.- Evaluación de los servicios recibidos por las empresas contratadas de catering.

TABLA Nro. 9: calificación del servicio del proveedor actual

CALIFICACION	F	%
Excelente	25	17
Bueno	62	42
Regular	47	32
Malo	13	9

GRAFICA Nro.6



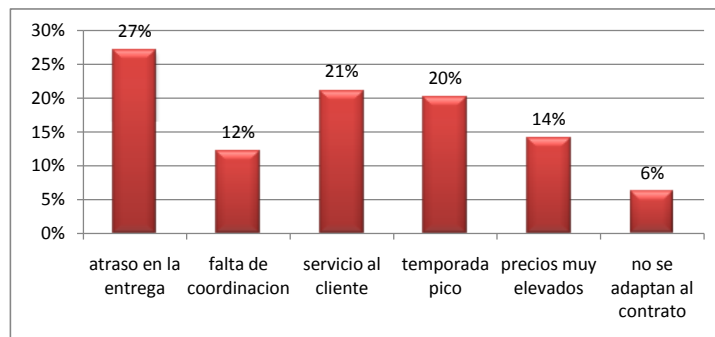
Observando las respuestas a estas preguntas nos damos cuenta que la mayoría de los encuestados tienen un concepto normal de las empresas de catering que han contratado. Lo cual nos da la oportunidad de mejorar sus defectos y proporcionar un servicio excelente.

### 7.- Dificultades más frecuentes que obtuvieron con sus proveedores

TABLA Nro. 10: Problemas frecuentes que han tenido los encuestados con sus proveedores actuales.

PROBLEMAS	F	%
Atraso en la entrega	40	27
Falta de coordinación	18	12
Servicio al cliente	31	21
Temporadas pico	29	20
Precios muy elevados	20	14
No se adaptan al contrato	9	6

GRAFICA Nro. 7



Este gráfico muestra que los mayores problemas que han tenido los encuestados es la falta de puntualidad a la hora de recibir los servicios ofrecidos por las empresas de catering, de la misma forma no están satisfechos con la atención que se les brinda, y están desconformes por que no satisfacen a la demanda en temporadas pico por decir las fiestas de fin de año.

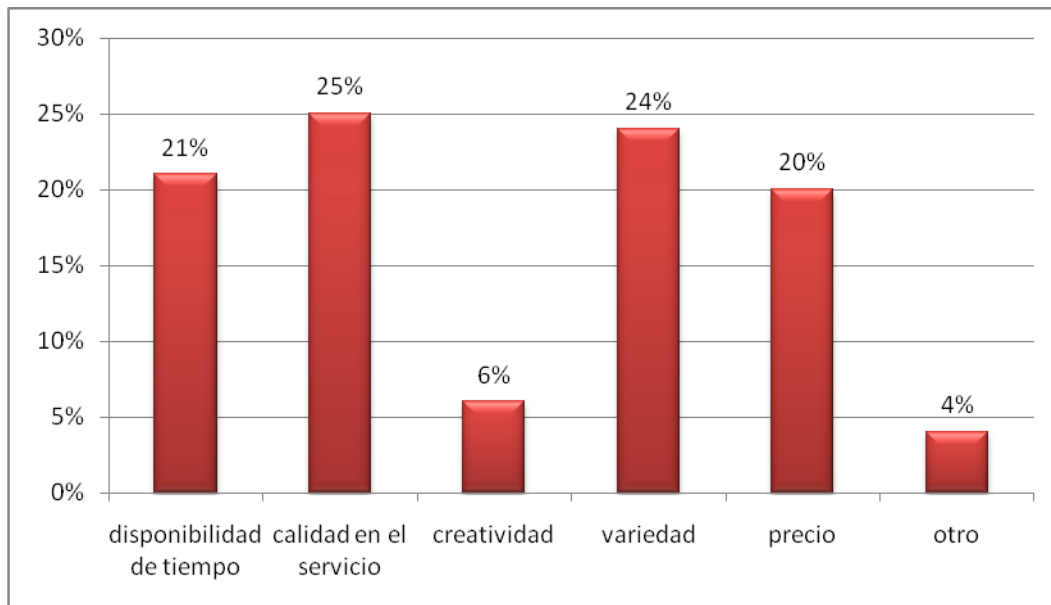


### 8.- Factores por los cuales contrataría a otra empresa

TABLA Nro. 11: factores que inducen al encuestado a contratar otra empresa

FACTORES	F	%
Disponibilidad de tiempo	31	21
Calidad en el servicio	37	25
Creatividad	9	6
Variedad	35	24
Precio	29	20
Otro	6	4

GRAFICA Nro. 8



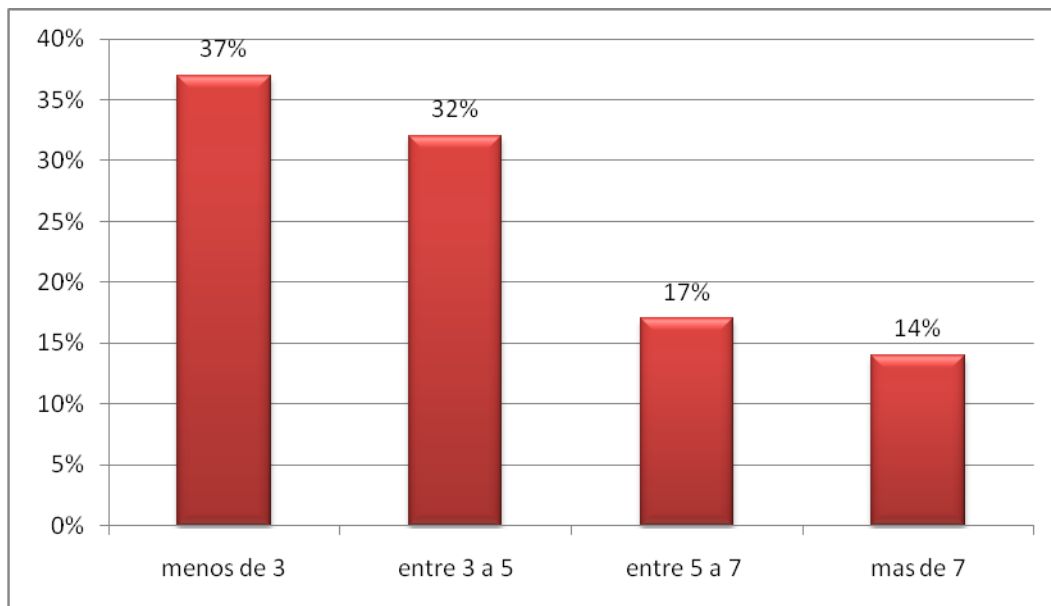
Lo que el mercado objetivo requiere de una nueva empresa de catering es disponibilidad de tiempo, calidad en el servicio, variedad y un buen precio.

### 9.- Eventos en promedio realizados al año

TABLA Nro. 12: promedio de eventos realizados en el año

PROMEDIO	F	%
Menos de 3	54	37
Entre 3 a 5	47	32
Entre 5 a 7	25	17
Más de 7	21	14

GRAFICA Nro. 9



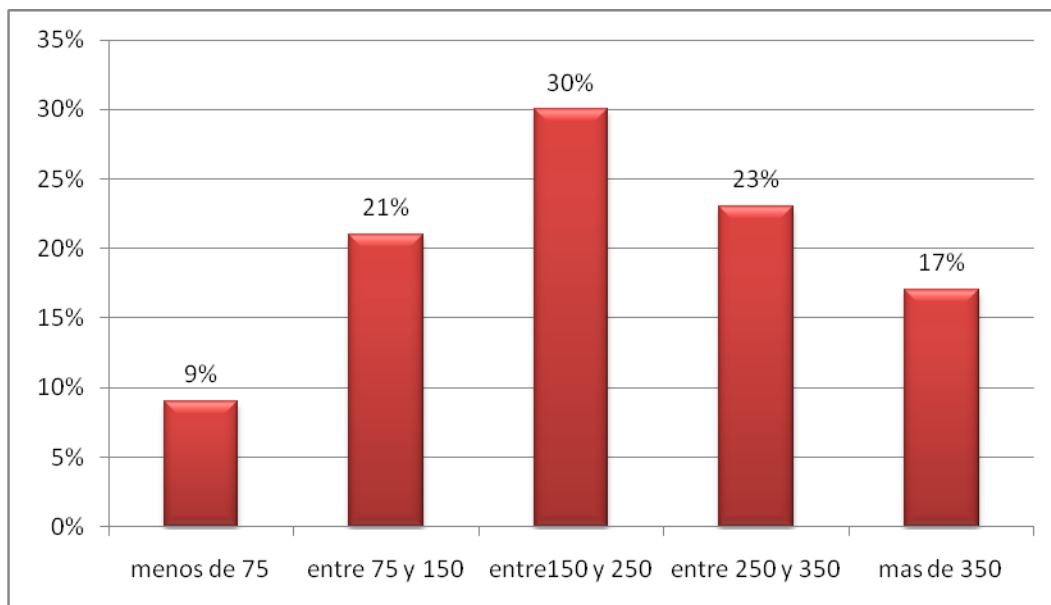
Gran parte de los encuestados realizan entre 3 a 5 eventos por año lo que permite concluir un escenario apropiado incluso desde el punto de vista pesimista en que se obtenga un evento por mes.

### 10.- Cantidad aproximada de personas que asisten o son invitados a eventos

TABLA Nro. 13: promedio de asistentes por evento

PROMEDIO	F	%
Menos de 75	13	9
Entre 75 y 150	31	21
Entre 150 y 250	44	30
Entre 250 y 350	34	23
Mas de 350	25	17

GRAFICA Nro. 10



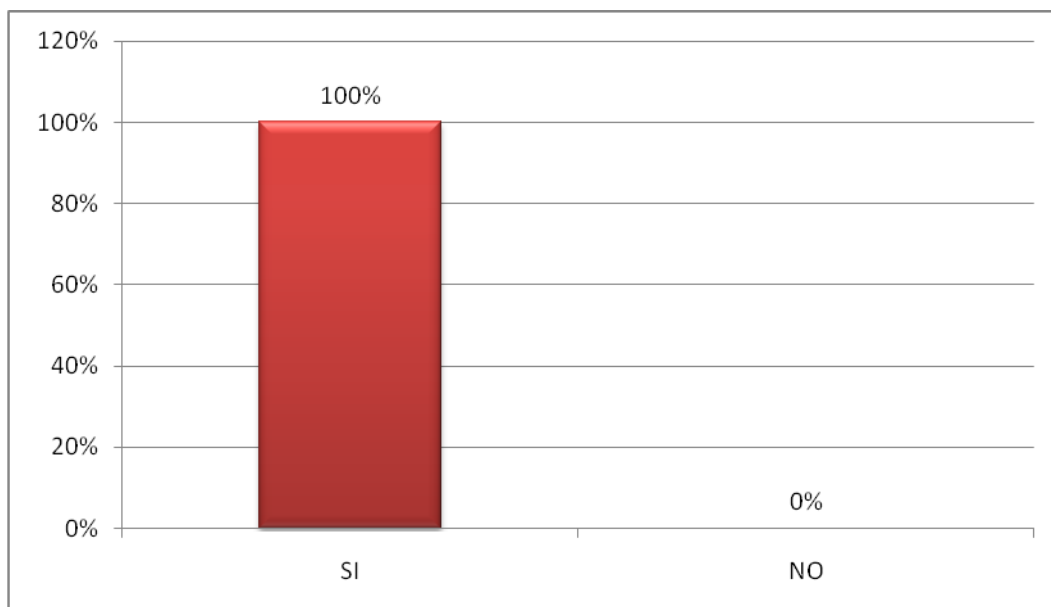
Con esta información se puede demostrar el talento humano, la cantidad de servicios y costos necesarios para la ejecución de un evento promedio.

**11.- Disposición para contratar una empresa de catering que ofrezca el servicio de planeación, diseño, coordinación de todos los detalles de un evento; alquiler de equipos de sonido iluminación y filmación; servicio de banquetes, mesas, sillas, vajilla en general, servicio de recepción, parrilleros, garzones, seguridad; decoración; transporte, etc., con el fin de obtener un evento único e inolvidable, con calidad en cada detalle, creando el ambiente y espacio que el cliente necesite, todo esto en un solo contrato.**

TABLA Nro. 14: Disponibilidad para contratar nuestro servicio

<b>DISPONIBILIDAD</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
SI	147	100
NO	0	0

GRAFICA Nro. 10



El grafico numero 10 muestra una aceptación total por los encuestados para la contratación de los servicios que brindara la empresa “CATERING SERVICE”S.R.L.

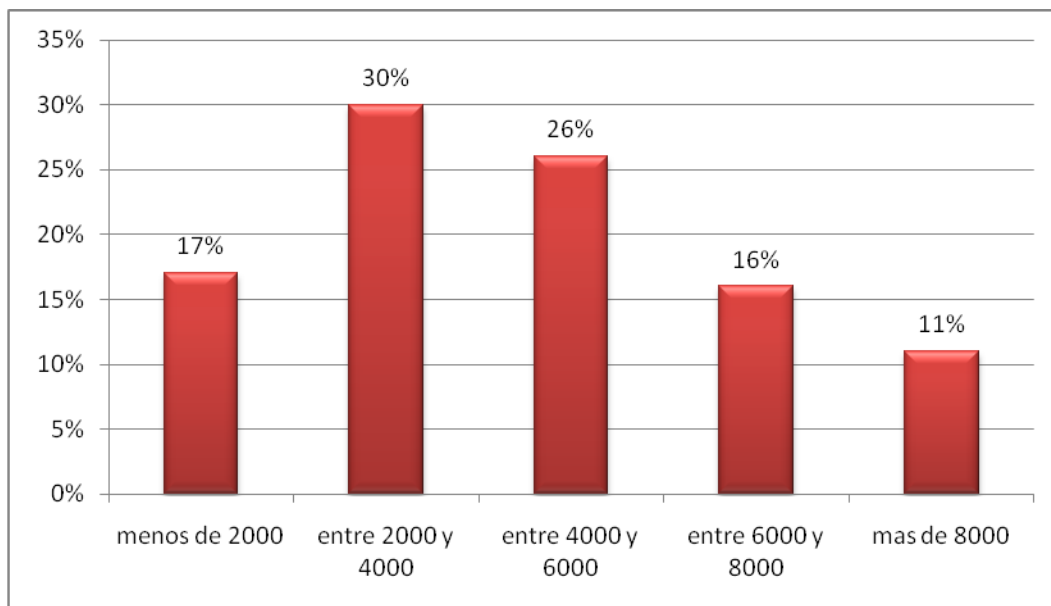
---

## 12.- Cantidad de dinero que el cliente está dispuesto a pagar

TABLA Nro. 15: Disponibilidad para pagar por nuestros servicios

<b>DISPONIBILIDAD</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
Menos de 2000	25	17
Entre 2000 y 4000	44	30
Entre 4000 y 6000	38	26
Entre 6000 y 8000	24	16
Más de 8000	16	11

GRAFICA Nro. 12



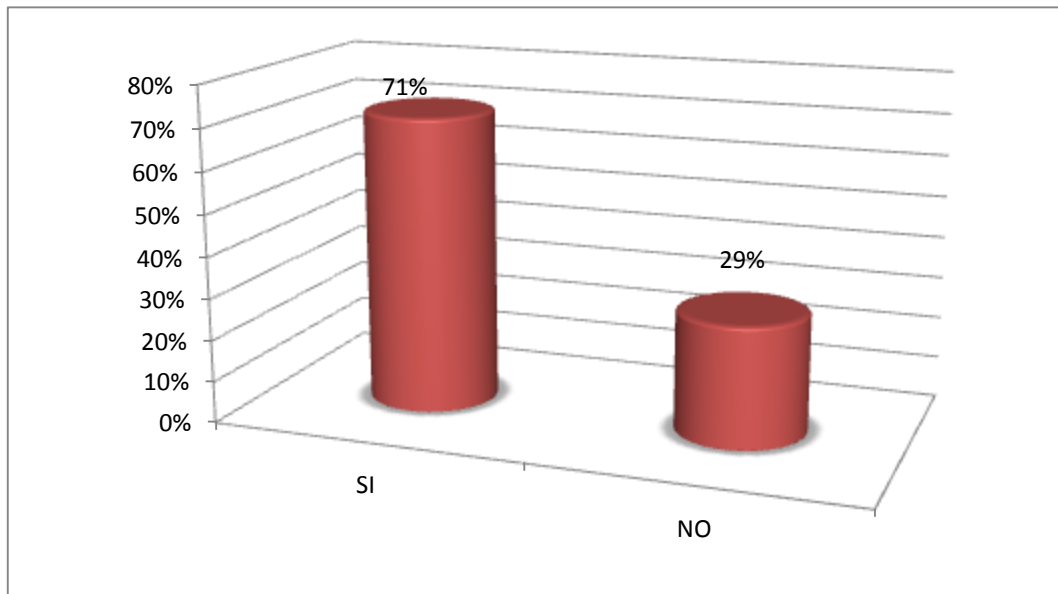
El grafico numero 12 nos muestra que las personas encuestadas están dispuestas a pagar una cantidad elevada de dinero con tal de obtener un servicio que cubra sus gustos y exigencias.

**ESTRATO II: 50 a más de 65 años****1.- Aceptación y/o adquisición del servicio de catering en la ciudad de Tarija**

TABLA Nro.16: Interés por adquirir los servicios de catering

<b>INTERES</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
Positivo	26	71
Negativo	10	29

GRAFICA Nro. 13



Las personas más adultas de la población tarijeña aceptan en gran medida a las empresas que brindan servicios de catering, esto significa que también nos enfocaremos a satisfacer a estas personas ya que adquieren de forma muy significativa dicho servicios.

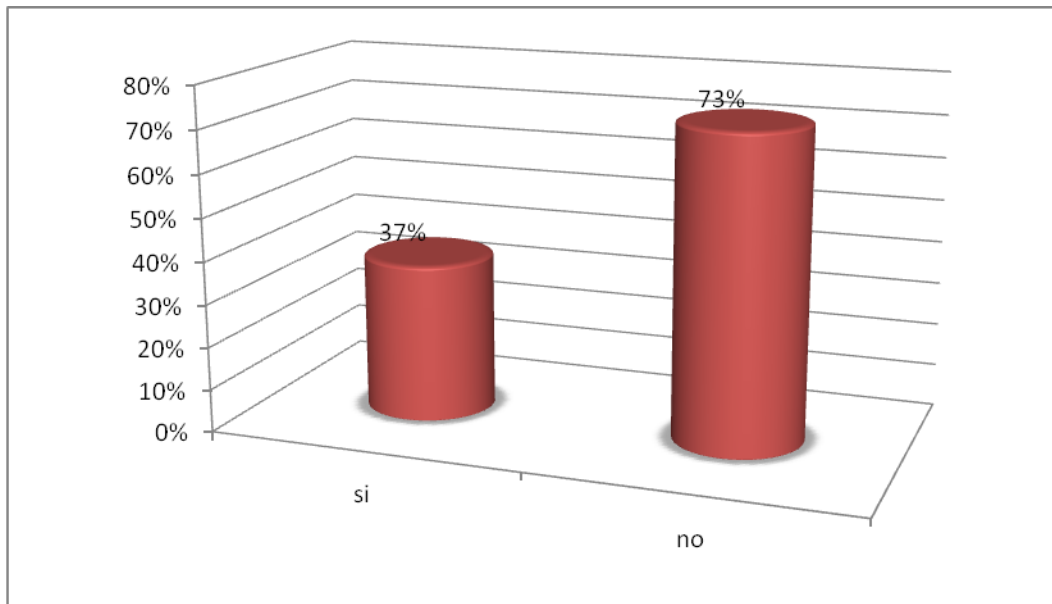
---

## 2.-Realización regular de eventos

TABLA Nro. 17: Proporción de personas encuestadas que realizan regularmente eventos sociales en la ciudad de Tarija.

RESULTADOS	F	%
SI	13	37
NO	26	73

GRAFICA Nro. 14



Los resultados demuestran que estas personas encuestadas realizan con muy poca frecuencia eventos sociales, tal vez por la edad en la que se encuentran o porque la mayor parte de este segmento ya no opta las fiestas como sinónimo de diversión y entretenimiento.

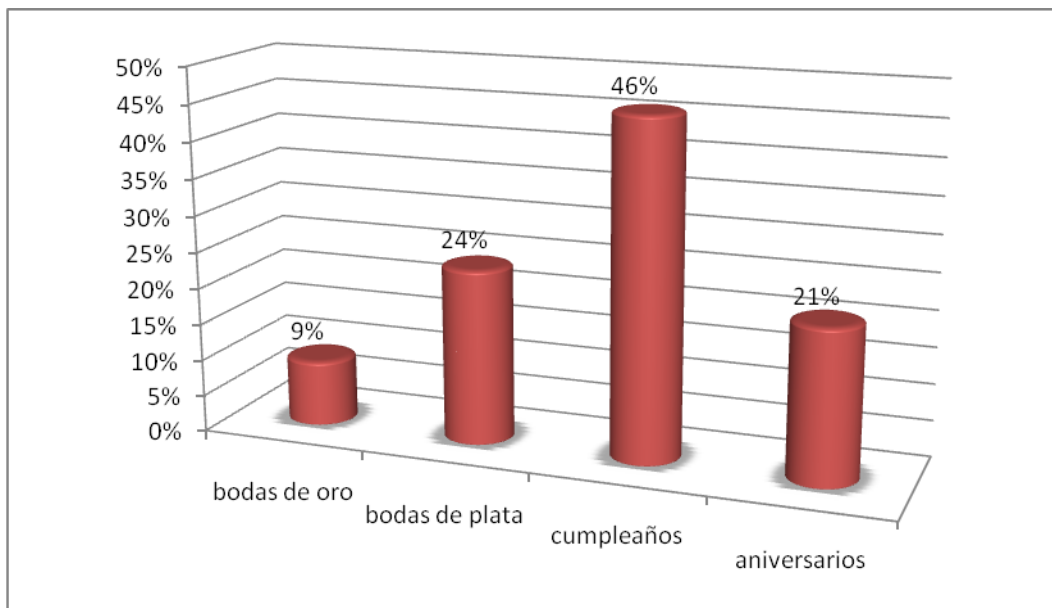
---

### 3.-Eventos realizados o por realizar

TABLA Nro. 18: Tipos de eventos que los encuestados realizan

EVENTOS	F	%
Bodas de oro	3	9
Bodas de plata	9	24
Cumpleaños	16	46
Aniversarios	8	22

GRAFICA Nro. 15



Estos resultados nos ayudan a conocer de manera clara y concisa a qué tipo de eventos nos tenemos que enfocar para satisfacer los gustos y exigencias de este segmento, ya que existe una gran demanda en cuanto a las fiestas de cumpleaños, bodas de plata y aniversarios.

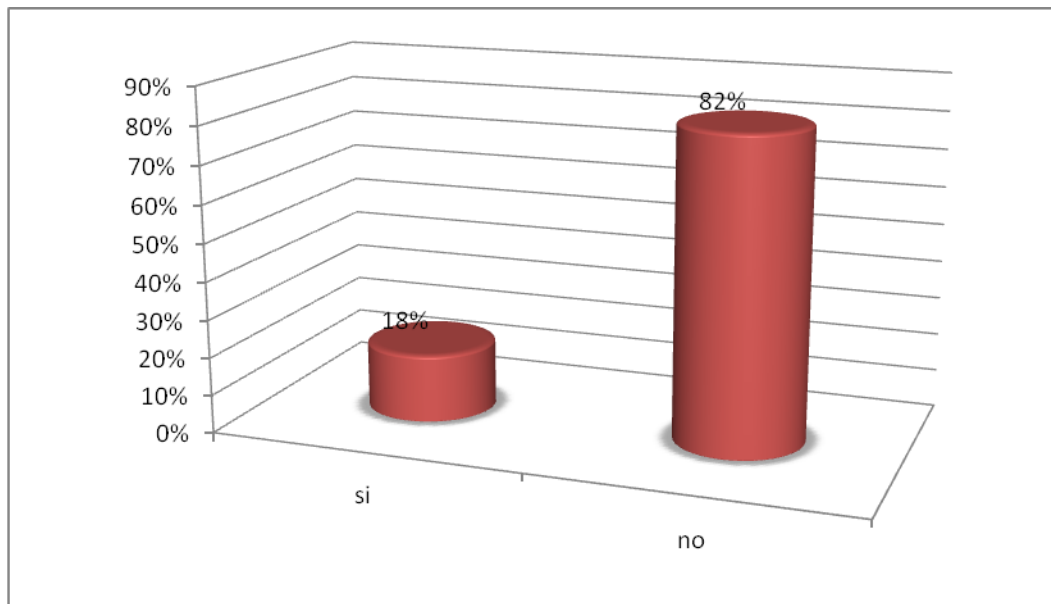


#### 4.- Contratación de una empresa específica de servicios de catering para realizar algún acontecimiento.

TABLA Nro. 19: Proporción de personas que cuentan con una empresa específica para llevar a cabo algún acontecimiento.

RESULTADOS	F	%
SI	6	18
NO	30	82

GRAFICA Nro. 16



Con estos resultados se demuestra que la mayoría de la población de este segmento a la hora de realizar algún acontecimiento obtiene servicios de catering de cualquier empresa de este sector sin preferencia alguna, tal vez porque no existe una empresa que satisfaga al máximo las expectativas y exigencias de dichos consumidores.

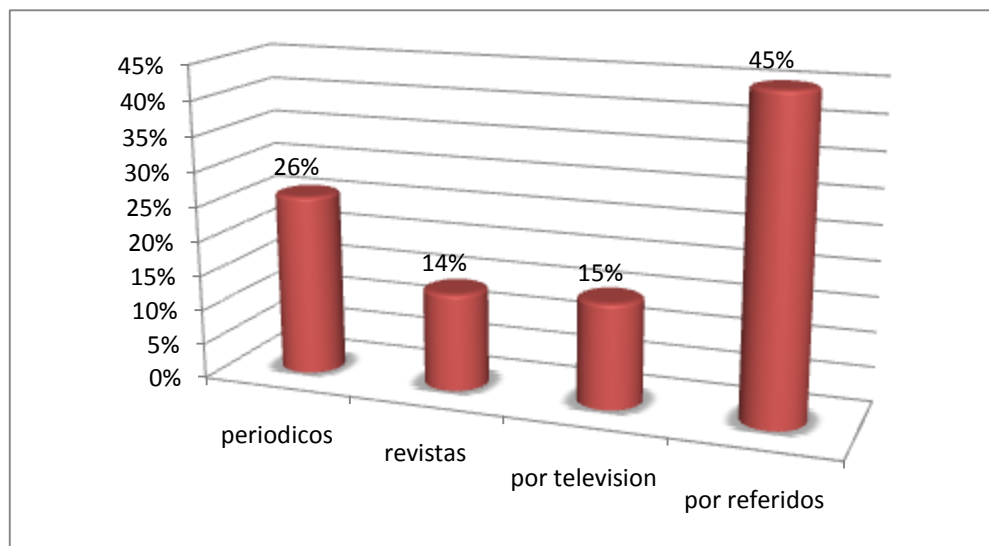
---

### 5.- Fuentes de información cuando se requiere de una empresa de servicios de catering.

TABLA Nro. 20: Fuentes de información de las personas cuando requieren realizar eventos

FUENTES DE INFORMACION	F	%
Periódicos	9	26
Revistas	5	14
Televisión	6	15
Por referidos	16	45

GRAFICA Nro. 17



Las personas encuestadas cuando requieren de servicios de catering mayormente optan por recurrir a amigos, familiares u otras personas con el fin de adquirir conocimiento e información sobre empresas que brinden estos servicios.

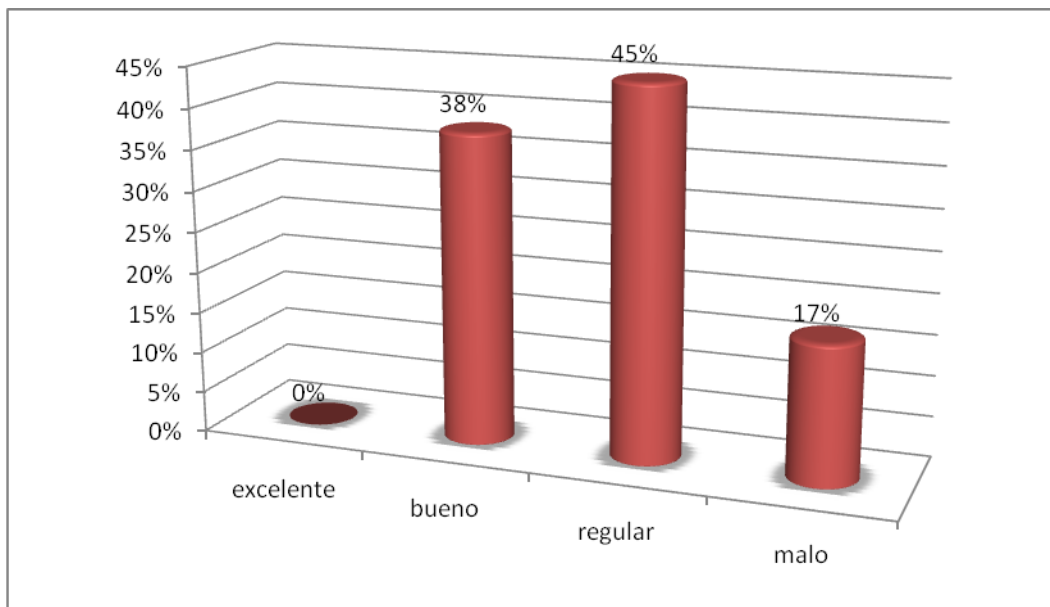
---

## 6.- Evaluación de los servicios recibidos por las empresas contratadas de catering.

TABLA Nro. 21: calificación del servicio del proveedor actual

CALIFICACION	F	%
Excelente	0	0
Bueno	14	38
Regular	16	45
Malo	6	17

GRAFICA Nro.18



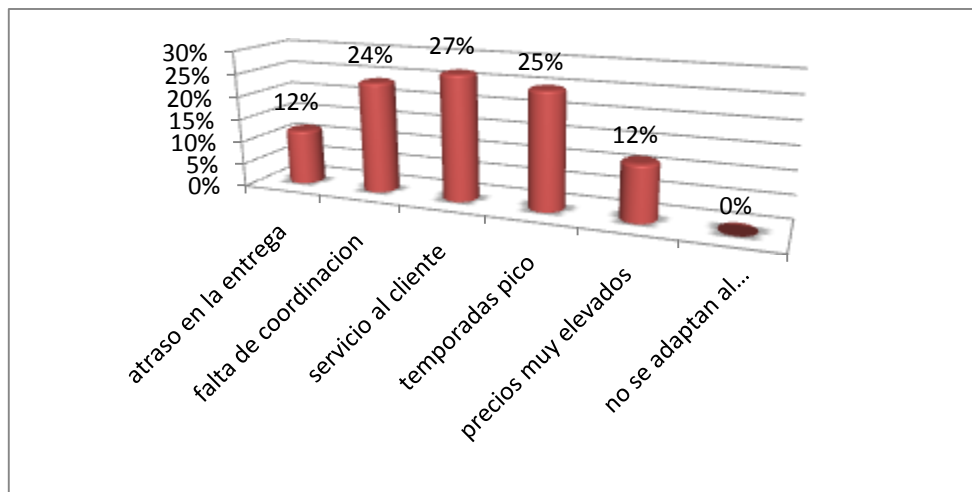
El gráfico número 18 nos muestra claramente que las empresas de catering ya existentes en el mercado no satisfacen a la población de este rubro de manera esperada, ya que las califican como regulares porque no se sienten conformes al 100%.

### 7.- Dificultades más frecuentes que obtuvieron con sus proveedores

TABLA Nro. 22: Problemas frecuentes que han tenido los encuestados con sus proveedores actuales.

PROBLEMAS	F	%
Atraso en la entrega	4	12
Falta de coordinación	9	24
Servicio al cliente	10	27
Temporadas pico	9	25
Precios muy elevados	4	12
No se adaptan al contrato	0	0

GRAFICA Nro. 19



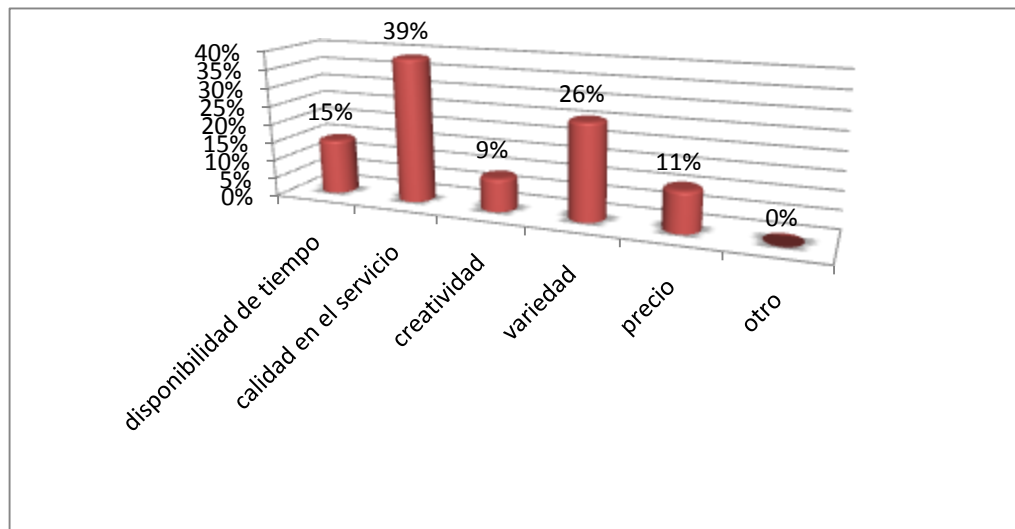
Este gráfico muestra que al momento de adquirir los servicios de catering la población se siente insatisfecha porque no se le brinda una buena atención, existe ausencia de coordinación, y en ciertas temporadas se quedan sin servicios porque las empresas de catering no cubren la gran demanda especialmente en fin de año.

### 8.- Factores por los cuales contrataría a otra empresa

TABLA Nro. 23: factores que inducen al encuestado a contratar otra empresa

FACTORES	F	%
Disponibilidad de tiempo	6	15
Calidad en el servicio	14	39
Creatividad	3	9
Variedad	9	26
Precio	4	11
Otro	0	0

GRAFICA Nro. 20



La población de este estrato en su mayoría busca y exige que los servicios que se le brinde sean de primera calidad y que se cuente con todo lo necesario para llevar a cabo un acontecimiento.

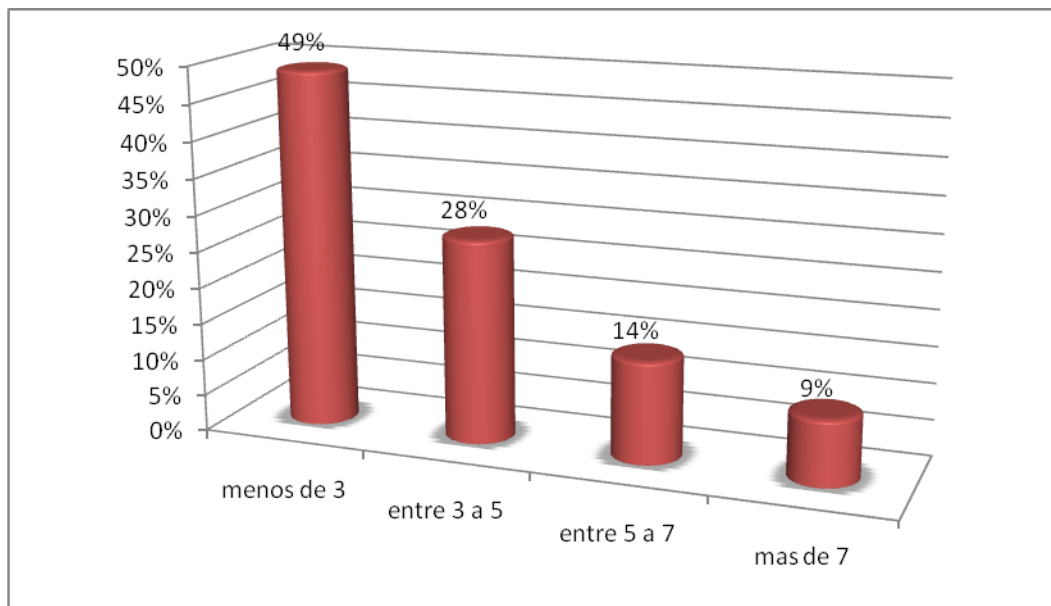
Estos resultados nos dejan muy claro a qué servicios nos tenemos que dirigir con mayor importancia.

### 9.- Eventos en promedio realizados al año

TABLA Nro. 24: promedio de eventos realizados en el año

PROMEDIO	F	%
Menos de 3	18	49
Entre 3 a 5	10	28
Entre 5 a 7	5	14
Más de 7	3	9

GRAFICA Nro.: 21



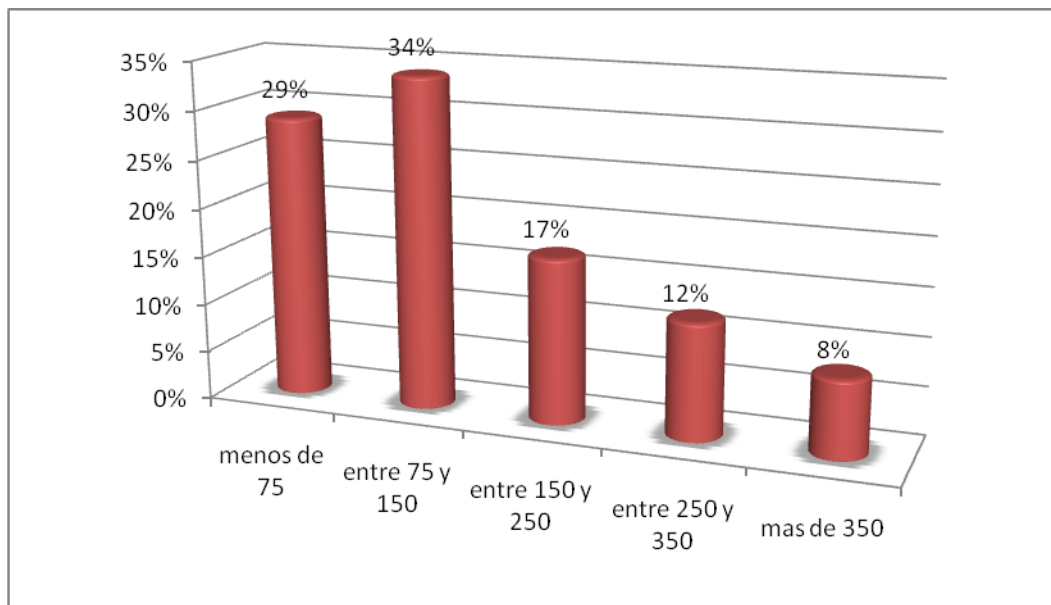
Los resultados demuestran que estas personas encuestadas de cierta forma realizan acontecimientos lo cual es muy importante; ya que el hecho de que lo realice por lo menos una vez al año ya significa utilidades para nosotros.

### 10.- Cantidad aproximada de personas que asisten o son invitados a eventos

TABLA Nro. 25: promedio de asistentes por evento

PROMEDIO	F	%
Menos de 75	11	29
Entre 75 y 150	12	34
Entre 150 y 250	6	17
Entre 250 y 350	4	12
Mas de 350	3	8

GRAFICA Nro. 22



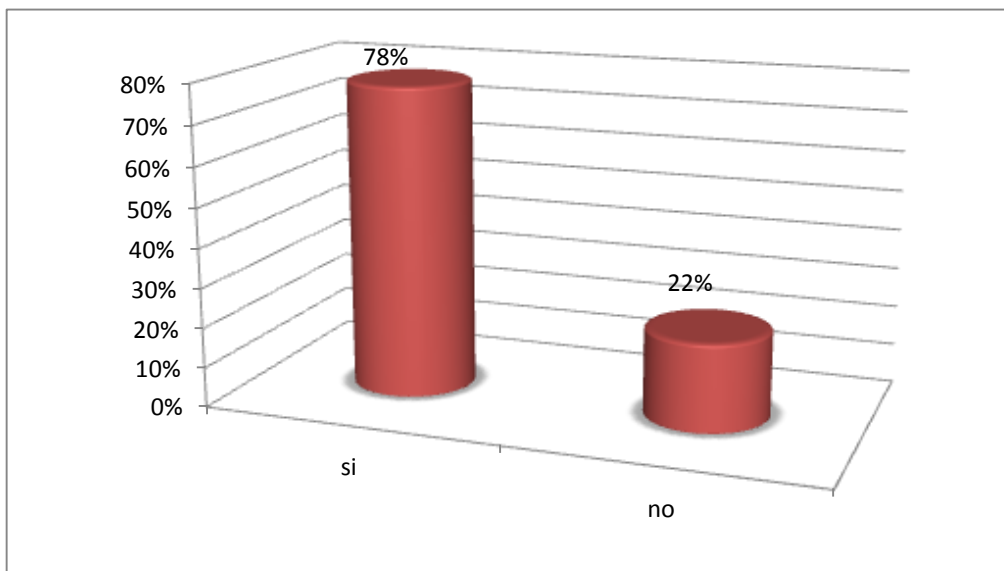
Mediante estos resultados se puede hacer una estimación de un presupuesto de todos los servicios que brindara "CATERING SERVICE" S.R.L.

**11.- Disposición para contratar una empresa de catering que ofrezca el servicio de planeación, diseño, coordinación de todos los detalles de un evento; alquiler de equipos de sonido iluminación y filmación; servicio de banquetes, mesas, sillas, vajilla en general, servicio de recepción, parrilleros, garzones, seguridad; decoración; transporte, etc., con el fin de obtener un evento único e inolvidable, con calidad en cada detalle, creando el ambiente y espacio que el cliente necesita, todo esto en un solo contrato.**

TABLA Nro. 26: Disponibilidad para contratar nuestro servicio

<b>DISPONIBILIDAD</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
SI	28	78
NO	8	22

GRAFICA Nro. 23



La empresa "CATERING SERVICE" S.R.L. tendrá una excesiva aceptación por parte de este rubro, lo cual nos implica la obtención de grandes beneficios.

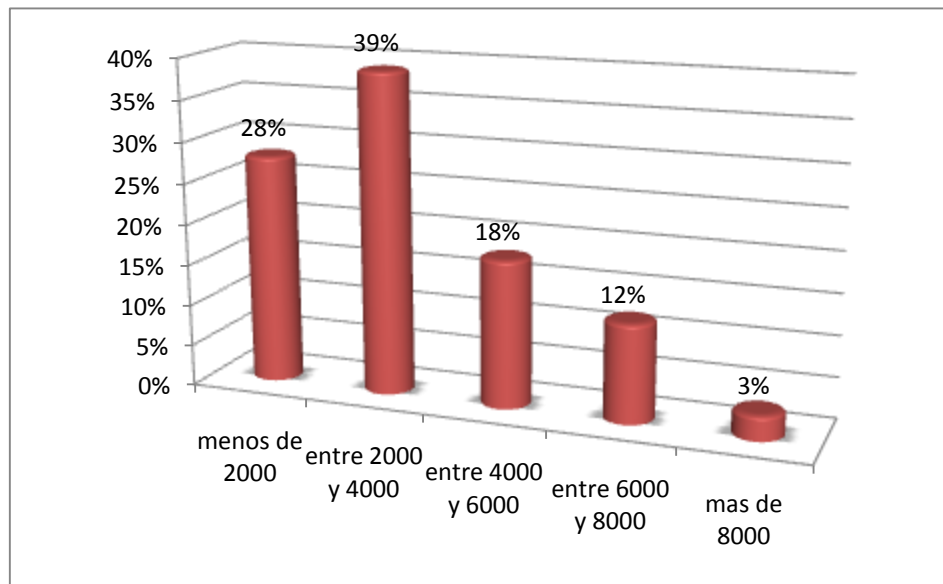


**12.- Cantidad de dinero que el cliente está dispuesto a pagar.**

TABLA Nro. 27: Disponibilidad para pagar por nuestros servicios

<b>DISPONIBILIDAD</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
Menos de 2000	10	28
Entre 2000 y 4000	14	39
Entre 4000 y 6000	7	18
Entre 6000 y 8000	4	12
Más de 8000	1	3

GRAFICA Nro. 24



Estos resultados nos ayudan a identificar de manera precisa el presupuesto de cada uno de los servicios que brindara “CATERING SERVICE”S.R.L. lo cual exige que no sean precios muy elevados.

**CONCLUSIONES:**

Obtenidos los resultados comprendidos en el diagnóstico y en base a toda la información y análisis realizado se establecen las siguientes conclusiones:

- 1.-El mercado de catering en la ciudad de Tarija es muy aceptado por la población ya que el 85% si adquirirían el servicio “CATERING SERVICE”S.R.L.
  - 2.- Aunque las personas no realicen eventos de manera muy frecuente; de igual forma se obtendrán beneficios, ya que la población busca que una empresa le brinde toda una gama de servicios para adquirirlos en un solo contrato.
  - 3.- La mayoría de la población se queja por la mala atención que se le brinda, como también de la entrega retrasada de los servicios, esto se debe por la falta de personal capacitado y encargado de cada uno de estos rubros.
  - 4.- Lo que más exige el cliente es que una empresa de catering cuente con servicios completos y de calidad a un precio accesible.
  - 5.- La mayoría de la población invierte más de 2000 bs. para llevar a cabo sus acontecimientos; esto significa que están dispuestos a pagar una elevada cantidad de dinero con el fin de que todo salga a la perfección.
-

## 2.8. ESTUDIO DE LA COMPETENCIA EN EL MERCADO

La competencia que se pudo identificar se detalla a continuación:

**TABLA Nro.30**

<b>EMPRESAS COMPETIDORAS</b>	<b>SERVICIOS QUE BRINDAN</b>	<b>PRECIO POR SERVICIO</b>
SERGATAR	Alquilan sillas, mesas, manteles, sobre manteles, y vajilla en general.	-20 mesas con sus sillas 800 bs. -100 platos redondos 35 bs. -100 platos cuadrados 40 bs. -100 cubiertos cuchillo y tenedor 65 bs.
SEGAPAZ	Alquilan vajillas, sillas, mesas, toldos, mantelería, servicio de garzones, parrilleros, servicio de amplificación y filmación, platos y picaditos a domicilio.	-20 mesas con sus sillas 850 bs. -100 copas 30 bs. -100 platos cuadrados 40 bs. -100 platos redondos 35 bs. - garzón 120 bs. -seguridad 120 bs. -amplificación 750 bs. -filmación 500 bs. -parrilleros 280 bs. -decoración 600 bs.

		- banquetes 25bs. por plato
Galindo & CIA	Alquilan mesas, sillas, manteles, sobre manteles, cobertores de sillas, toldos, sombrillas, faldones, mesas y sillas para niños, vajilla en general.	-20 mesas redondas con sus sillas 800 Bs. - 100 copas 30 Bs. -100 platos cuadrados 35 bs. -100 platos redondos 30 bs. -100 tenedores y cuchillos 30 bs. -hielera y jarra 4 bs. cada una -garzones, seguridad 110 c/u Amplificación 600 bs. Filmación 450 bs. -parrilleros 250 bs. -decoración 500 bs.
Las mil y un vajillas	Alquilan sillas, mesas, y toldos.	-20 mesas con cuatro sillas 800 bs. -toldo 60 bs.
MAXI EVENTOS	Alquilan vajilla, toldos,	-20 mesas con sus

	<p>manteles, sobre manteles, vajilla en general, servicio de seguridad, garzones, parrilleros y cualquier tipo de banquetes.</p>	<p>sillas 800 bs. -100 platos redondos 30 bs. -100 platos cuadrados 35 bs -100 cuchillos 35 bs. -100 tenedores 35 bs. -garzón 120 bs. - seguridad 120 bs. -parrilleros 300 bs -decoración 550 bs.</p>
“GLAMOUR”	<p>Alquilan sillas, mesas, toldos, manteles, sobre manteles, vajilla en general, servicio de seguridad, garzones y parrilleros.</p>	<p>-20 mesas con 4 sillas 850 bs. -100 platos redondos 35 bs. -100 platos cuadrados 40 bs -100 cuchillos 30 bs. -100 tenedores 30 bs. -garzón 100 bs. - seguridad 100 bs. -parrilleros 200 bs</p>
La Casa Blanca	Alquilan sillas, mesas,	-20 mesas redondas

EVENTOS	<p>manteles, sobre manteles, faldones, vajilla en general, servicio de mozos,</p> <p>parrilleros y personal de seguridad.</p>	<p>con sus sillas 750 Bs.</p> <p>- 100 copas 35 Bs.</p> <p>-100 platos cuadrados 35 bs.</p> <p>-100 platos redondos 30 bs.</p> <p>-100 tenedores y cuchillos 30 bs.</p> <p>-hielera 5 bs.</p> <p>- jarra 4 bs.</p> <p>-garzones, seguridad 100 c/u</p> <p>-Amplificación 500 bs.</p> <p>-Filmación 300 bs.</p> <p>-parrilleros 150 bs.</p>
---------	---	--

**CANTIDAD DE EVENTOS QUE DEMANDA LA COMPETENCIA****TABLA Nro. 31**

Nro. de eventos EMPRESAS	SEMA- NAL	MENSUAL	ANUAL
SERGATAR	2	8	96
SEGAPAZ	4	16	192
Galindo & CIA	4	16	192
Las mil y un vajillas	2	8	96
Empresa MAXI EVENTOS	4	16	192
“GLAMOUR”	3	12	144
La Casa Blanca EVENTOS	3	12	144
<b>TOTAL</b>	<b>22</b>	<b>88</b>	<b>1056</b>

**CONCLUSIONES**

- En la población de Tarija no existe un número suficiente de empresas de catering, por tal motivo este mercado actual no satisface a la población ni mucho menos cubre la demanda.
- Las empresas antes mencionadas no cuentan con todos los servicios que al cliente le gustaría adquirir a la hora de realizar algún acontecimiento.
- Las empresas solo ofrecen como máximo dos tipos de banquetes y no presentan ningún tipo de menú para que la población pueda escoger a su preferencia.
- Estas empresas ofrecen mantelería de un material no muy convincente para los clientes; en especial para aquellas personas exigentes que desean calidad de servicios a la hora de realizar sus acontecimientos.

- La mayoría de las empresas cubren una demanda de tres a cuatro eventos por semana, pero no llegan a satisfacer a toda la población debido a que no cuentan con una capacidad instalada necesaria.

## **2.9. Tamaño del mercado**

Los posibles clientes de la empresa que se aperturará son las personas entre los 20 a más de 65 años de edad del área urbana de la ciudad de Tarija.

La proporción de las personas que utilizan el servicio de catering es muy alta debido a que la mayoría opta por festejar todo tipo de acontecimientos buscando siempre la perfección de sus fiestas.

## **2.10. MARKETING MIX**

### **2.10.1. Producto**

Nuestra empresa “CATERING SERVICE”S.R.L. como su nombre lo indica se encarga de brindar los servicios de catering que el cliente desee, para ello tendremos personal capacitado y profesional. Pretendemos ser una empresa innovadora, dinámica y de confianza.

La empresa cuenta con una gran variedad de servicios para ofrecer al cliente partiendo desde los servicios de mantelería que serán manteles diseñados con telas finas tanto las lizas como las estampadas; en cuanto a vajilla además de platos cubiertos y copas, se brindara juegos de té con todo completo para reuniones mas intimas, hablando de muebles, además de contar con las rutinarias sillas y mesas de plástico, contamos también con sillas y mesas de madera con un diseño elegante para clientes más exigentes, y si el cliente lo desea puede optar por contratar el servicio de limpieza para que al concluir su evento todo quede impecable. VER ANEXO 10

Nuestra empresa también cuenta con servicios no vistos por otras empresas del mismo sector como ser la contratación de grupos musicales, y servicio de transporte para matrimonios.

---



“CATERING SERVICE” S.R.L. tendrá personal profesional en cuanto a eventos, en el momento de atenderle se le mostrara en forma muy detallada todos y cada uno de los servicios que se ofrece y si el cliente lo desea tendrá la opción de que el personal organice todo su evento de forma muy detallada.

Todos los servicios en cuanto a mantelería, sillas, mesas, cubiertos y vajilla en general serán entregados a su domicilio, ya que la empresa cuenta con una camioneta exclusiva para la entrega de dichos servicios.

### **2.10.2. Precio del servicio**

La demanda es inelástica con respecto al precio; según información de las encuestas los clientes aceptaban precios altos siempre y cuando exista variedad y calidad en el servicio.

Los precios estarán basados por las variables descritas a continuación:

- Cantidad de invitados
  - Menú del evento
  - Numero de personal de seguridad
  - Numero de garzones
  - Numero de cocineros y otros.
- 
-

**Estimación para un evento de 100 personas**  
**PRECIO DETALLADO DE LOS SERVICIOS A OFRECER**

**TABLA Nro. 32**

CRISTALERIA		
DETALLE	CANTIDAD	PRECIO (en Bs.)
Copas de vino	100 unidades	35
Copa para brindis	100 unidades	35
Trago corto	100 unidades	40
Copas coctel	100 unidades	40
vasos tequileros	100 unidades	45
Vasos cerveceros	100 unidades	35
Vasos para trago largo	100 unidades	35
Copas de agua	100 unidades	35
Vasos choperos	100 unidades	60
<b>TOTAL</b>		<b>405 bs.</b>

PORCELANA		
DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO (en Bs.)
Plato entrada	100 unidades	35
Plato principal redondos y cuadrados	100 unidades cada diseño	40
Platos hondos	100 unidades	40
Plato postre	100 unidades	30
Fuentes	10 unidades	15 c/u
Pocillo postre	100 unidades	30
Teteras	10 unidades	10 c/u
Juego de té o café	8 juegos de 12 unidades	45 cada juego

TOTAL

785 bs.

CUBIERTOS		
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO (en Bs.)
Cucharas de mesa de acero (tramontina)	100 unidades	30
Cuchillos de acero para entrada (tramontina)	100 unidades	30
Cuchillos de acero para plato principal (tramontina)	100 unidades	30
Tenedores de acero para entrada	100 unidades	30
Tenedores de acero para plato principal	100 unidades	30
Cucharillas	100 unidades	30
<b>TOTAL</b>		180 bs.

ACCESORIOS			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO ( en Bs.)	PRECIO TOTAL ( en Bs.)
Champanera	10 Unidades	10 c/u	100
Jarra de vidrio	10 unidades	8 c/u	80

Jarra térmica	10 unidades	15 c/u	150
Pala para torta	1 unidad	4 c/u	4
Bandeja	5 unidades	10 c/u	50
Hielera	10 unidades	6 c/u	60

TOTAL

444 bs.

## SILLAS DE TAMAÑO NORMAL

MATERIAL	CANTIDAD	PRECIO (en Bs.)
PLASTICO	50 unidades	350
MADERA	50 unidades	400

TOTAL

750 bs.

## MESAS

MATERIAL	MODELO	CANTIDAD	PRECIO
PLASTICO	CUADRADAS Y REDONDAS	12 unidades	120
MADERA	REDONDAS	13 unidades	195

TOTAL

315 bs.

Dependiendo del tipo de evento o del personal que requiera el cliente, se prestaran los servicios que se detalla a continuación:

PERSONAL			
CARGO	CANTIDAD	PRECIO	HORAS DE TRABAJO
GARZONES	1	120	8
PARRILLEROS	1	200	8
COCINEROS	1	150	8
BARMAN	1	120	8
SEGURIDAD	1	120	8
LIMPIEZA	1	150	4

TOTAL

860 bs.

MUSICA Y FILMACION		
DETALLE	HORAS	PRECIO (en Bs.)
EQUIPO DE SONIDO MAS ILUMINACION	8	1300
FILMACION	8	700

TOTAL

2000 Bs.

BANQUETES		
PLATO	PRECIO UNITARIO	TOTAL
ENROLLADO DE CARNE	25	2500
ENROLLADO DE POLLO	25	
ENROLLADO DE CHANCHO	25	
PASTAS	25	
TOTAL		2500 bs.

DECORACION	
DETALLE	PRECIO (en Bs.)
ARREGLO CON GLOBOS	500
ARREGLO CON FLORES	600
TOTAL	1100

---

**TABLA Nro. 33**

<b>PRECIO APROXIMADO POR EVENTO</b>	
CRISTALERIA	405
PORCELANA	785
CUBIERTOS	180
ACCESORIOS	444
SILLAS	750
MESAS	315
PERSONAL	860
MUSICA Y FILMACION	2.000
BANQUETE	2.500
DECORACION	1.100
<b>TOTAL</b>	<b>9.339</b>

El precio que le costara al cliente para realizar su evento con servicios completos y garantizados, con personal capacitado y profesional es de 9339 bs.; pero si el cliente lo prefiere puede solo adquirir algunos de los servicios que ofrece la empresa.

### **2.10.3. Plaza**

Las actividades que realiza la empresa para hacer accesible el servicio al mercado meta se basa en una política de distribución directa como plaza para nuestro proyecto, con una oficina central en la ciudad de Tarija, ubicada en la avenida Belgrano nro. 1239, entre Eulogio Ruiz y Federico Ávila. destinada a la atención de clients; y un canal directo mediante contacto telefónico con el Cliente, por parte del Área de recepción (secretaria).

Nuestro asesor de servicios se encargara de manera directa con el cliente de hacerle conocer de manera general todos los servicios que brinda la empresa.

El gerente realizara todas las negociaciones con el cliente, con el fin de que realice un contrato de todos los servicio ya que “CATERING SERVICE” S.R.L. le asegura todos los requerimientos del evento y le ahorrara tiempo y dinero.



Se destina un espacio físico para almacenar los equipos e insumos de nuestra empresa, y también se cuenta con un mostrador bastante amplio para que el cliente pueda elegir en forma visual todo lo que desee.

#### 2.10.4. Promoción del servicio

Se organizara todas las actividades de promoción necesarias para que la empresa pueda comunicar las cualidades y características de sus productos y servicios.

En un principio deberemos utilizar los descuentos y ofertas para atraer la atención del consumidor como ser:

- Se ofrece inicialmente el servicio de entrega de invitaciones totalmente gratuito.
- Uno de nuestros principales objetivos es que nuestro cliente sea fiel a la empresa por lo cual se le aplicaran descuentos a clientes habituales. Y un 2% de descuento a todos los clientes por pronto pago.

Para promocionar el servicio se realizara una propaganda publicitaria por televisión a través del canal 30 UNITEL por ser el canal de máxima audiencia. Dicha propaganda será audio visual donde se mostraran y se describirán en forma rapida y detallada todos los servicios que ofrecerá la empresa “CATERING SERVICE”S.R.L. y durara treinta segundos; se emitirá al medio día porque es la hora en la cual la familia está reunida en casa viendo este medio de comunicación.

#### MEDIO PUBLICITARIO

TABLA Nro. 34

<b>Propaganda</b>	<b>Canal</b>	<b>Numero de pasadas</b>	<b>Precio por día</b>	<b>Precio mensual</b>
Audiovisual	30 Unitel	1 vez al día de lunes a viernes	150 bs.	4500 bs.

### **2.11. Demanda actual del servicio.**

Se analizó la demanda actual que existe en las diferentes empresas que brindan servicios de catering en la ciudad de Tarija, con el propósito de conocer cuál es la cantidad promedio de personas que acuden mensualmente a la demanda de cualquiera de los servicios prestados por una empresa de catering, ya que los mismos serán o formarán parte de nuestros futuros clientes.

### **2.12. Estimación de la demanda.**

Con el análisis de las encuestas realizadas obtuvimos que del 85 % de los encuestados que si adquieren servicios de catering en la ciudad de Tarija el 89 % están dispuestos a contratar nuestros servicios; sin embargo tenemos que hallar la demanda insatisfecha que se encuentran en las preguntas numero 6 de cada estrato, donde se estima una demanda insatisfecha del 26%.

Para saber cuál será la demanda potencial de la empresa debemos averiguar a cuantos eventos prestaremos nuestros servicios en un año para esto definiremos nuestras expectativas de cubrir el mercado potencial de la demanda insatisfecha, que será el 80%, para esto partiremos del escenario optimista y considerando que cada persona lleva a cabo un promedio de 3 eventos al año; con estos datos mencionados a continuación mostraremos en la siguiente tabla el cálculo para hallar las expectativas que “CATERING SERVICE” S.R.L. va a cubrir.

**Expectativas de eventos a cubrir en un año****TABLA Nro. 35**

<b>DETALLE</b>	<b>TOTAL</b>
Eventos promedio al año	3
Personas encuestadas que utilizan el servicio de catering	183
% demanda insatisfecha	26%
Total demanda	143 eventos
% expectativa	70%
<b>Expectativas de eventos a cubrir</b>	<b>100 eventos</b>

La empresa “CATERING SERVICE” S.R.L. cubrirá aproximadamente 100 eventos al año.

**2.12. Proyección de la demanda.**

En la investigación de mercado se pudo identificar claramente a los servicios que tenemos que enfocarnos con mayor importancia; a través de los cálculos realizados se pudo determinar un ingreso por evento de 9399 bs. , haciendo un total de 939900 bs. como ingresos anuales.

Ahora con el valor de los ingresos anuales procedemos a proyectar la demanda a cinco años y lo haremos tomando en cuenta la tasa de crecimiento poblacional de la ciudad de Tarija (4,43 %).

**PROYECCION DE LA DEMANDA****TABLA Nro. 36**

<b>Nro.</b>	<b>Año</b>	<b>Nro. de eventos demandados</b>
1	2012	100
2	2013	104
3	2014	109
4	2015	114
5	2016	119

---

---

### 3.1. OBJETIVOS DEL AREA DE PRODUCCION

- Contar con un número satisfactorio de trabajadores eventuales para la atención de los diferentes servicios que ofrece “CATERING SERVICE”S.R.L.
- Adquirir los mejores materiales (muebles, vajillas y otros) en cuanto a calidad, duración y buen precio.
- Obtener castillos y juegos inflables para fiestas infantiles.

### 3.2. ESPECIFICACIONES DEL SERVICIO

El servicio de catering que ofrece “CATERING SERVICE”S.R.L. es el alquiler de mantelería, toldos, cubierto y vajilla en general, que se detalla a continuación:

**TABLA Nro. 37**

<b>MANTELERIA</b>					
<b>DETALLE</b>	<b>DISEÑO</b>	<b>TELA</b>	<b>COLOR</b>	<b>TAMAÑO</b>	<b>CANTIDAD</b>
Manteles redondos	Lisos	Lino	Blanco y crema	300 cm. De largo	200 unidades
Manteles cuadrados	Lisos	Lino	Blanco y crema	200 cm. x 200 cm.	250 unidades
Manteles rectangulares	Estampados	Brocato	Blanco, crema, guindo, violeta.	200 cm. x 350 cm.	50 unidades
Manteles redondos	Estampados	Cretona	Celeste, amarillo, naranja, azul, verde	300 cm	200 unidades

			claro y obscuro, violeta, rojo, café y mostaza.		
Manteles cuadrados	Estampados	Cretona	Azul, verde claro y obscuro, violeta, rojo, café, mostaza, celeste, amarillo y naranja.	150 cm. x 150 cm.	250 unidades

PORCELANA	
DETALLE	CANTIDAD
Plato entrada	1000 unidades
Plato principal redondos y cuadrados	1000 unidades cada diseño
Plato hondo	1000 unidades
Plato postre	1000 unidades
Fuentes	250 unidades

Pocillo postre	500 unidades
Teteras	50 unidades
Juego de té o café	20 juegos de 12 unidades

<b>CUBIERTOS</b>	
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>
Cucharas de mesa de acero (tramontina)	1000 unidades
Cuchillos y tenedores de acero para entrada (tramontina)	1000 unidades
Cuchillos y tenedores de acero para plato principal (tramontina)	1000 unidades
Cucharillas	1000 unidades

---

---

<b>CRISTALERIA</b>	
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>
Copa de vino	1000 unidades
Copa para brindis	1000 unidades
Trago corto	200 unidades
Copa coctel	500 unidades
vaso tequilero	300 unidades
Vaso cervecero	1000 unidades
Vaso para trago largo	1000 unidades
Copa de agua	500 unidades
Choperos	300 unidades

---

---



<b>ACCESORIOS</b>	
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>
Champanera	50 Unidades
Jarra de vidrio	150 unidades
Jarra térmica	100 unidades
Pala para torta	20 unidades
Bandeja	200 unidades
Hielera	100 unidades

<b>SILLAS DE TAMAÑO NORMAL</b>	
<b>MATERIAL</b>	<b>CANTIDAD</b>
PLASTICO	1000 Unidades
MADERA	1000 unidades

---

<b>SILLAS Y MESAS PEQUEÑAS</b>	
<b>MATERIAL</b>	<b>CANTIDAD</b>
SILLAS DE PLASTICO	500 unidades
MESAS DE PLASTICO	125 unidades

<b>MESAS</b>		
<b>MATERIAL</b>	<b>MODELO</b>	<b>CANTIDAD</b>
PLASTICO	CUADRADAS Y REDONDAS	250 unidades cada modelo
MADERA	REDONDAS	250 unidades

---

---

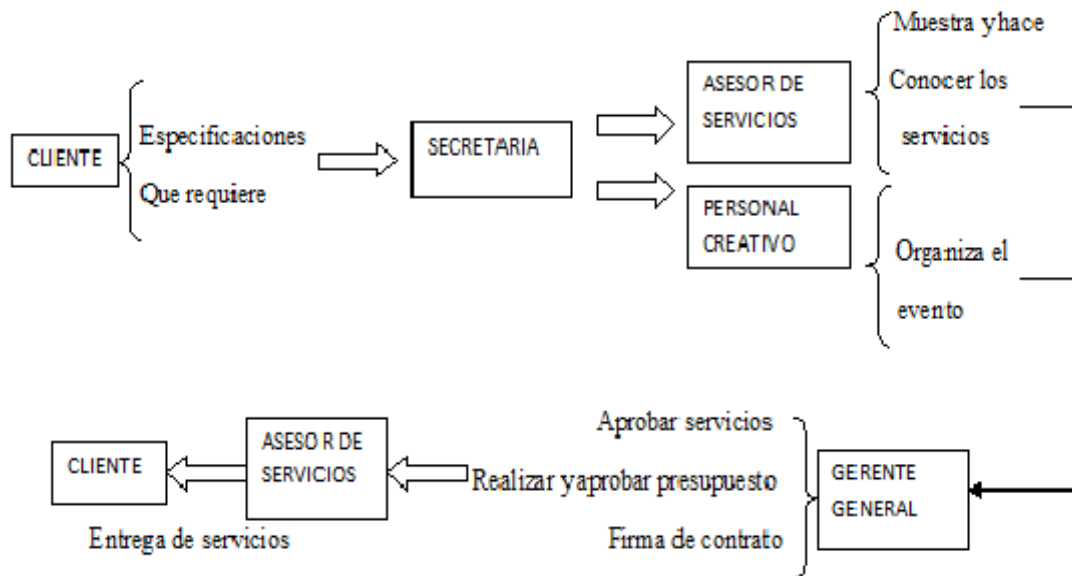
<b>EQUIPO DE AMPLIFICACION Y FILMACION</b>		
<b>DETALLE</b>	<b>MODELO</b>	<b>CANTIDAD</b>
EQUIPO DE SONIDO	PEAVE 450	3
CAMARA FILMADORA Y FOTOGRAFICA	SONY PLATINUM 18 MPX	3

Además ofrece el servicio de cocineros, garzones, barman, parrilleros, payasos, personal de seguridad y de limpieza posterior al evento, contratación de grupos musicales, mariachis, servicio de transporte (auto, carrozas.), servicio de banquetes y decoraciones en general. Este servicio se desarrolla en una infraestructura adecuada y confortable, en la que el consumidor pueda satisfacer sus necesidades y exigencias; además cuenta con personal capacitado para dar a conocer todos los servicios que brinda la empresa, y con personal preparado para organizar cualquier evento si el cliente lo desea.

---

**3.3. DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESO**

**PROCESO DE PRODUCCION**



**3.4. EQUIPO E INSTALACIONES**

La empresa “CATERING SERVICE” S.R.L. cuenta con los siguientes equipos:

- Equipos de computación y comunicación que se requieren para la formación de la empresa.

**TABLA Nro. 38**

EQUIPOS DE COMPUTACION Y COMUNICACIÓN	
DESCRIPCION	CANTIDAD
COMPUTADORAS DE ESCRITORIO	2
COPIADORA, E IMPRESORA	1
TELEFONO	2

- **Muebles de oficina que requieren para la formación de la empresa.**

**TABLA Nro. 39**

<b>LISTADO - MUEBLES DE OFICINA</b>	
<b>DESCRIPCION</b>	<b>CANTIDAD</b>
ESCRITORIO	2
SILLAS DE TRABAJO	4
MESAS DE TRABAJO	2
SILLAS DE RECEPCION	2

- **Útiles de oficina que se requieren para la formación de la empresa.**

**TABLA Nro. 40**

<b>UTILES DE OFICINA</b>	
<b>DESCRIPCION</b>	<b>CANTIDAD</b>
HOJAS (paquete de 500)	1
CARPETA	1
ENGRAMPADORA	1
PERFORADORA	1
CLIPS	100
LAPICERAS	5
AGENDAS	2

### **3.5. CAPACIDAD INSTALADA**

La empresa “CATERING SERVICE”S.R.L. tendrá una capacidad máxima para atender a mil personas.

### **3.6. UBICACIÓN DE LA EMPRESA**

La empresa “CATERING SERVICE”S.R.L. se instalara sobre la avenida Belgrano nro. 1239, entre Eulogio Ruiz y Federico Ávila. La localización escogida, se da por la extensa circulación de personas en el lugar mencionado; además porque es una zona comercial y muy conocida por la población.

### **3.7. DISEÑO Y DISTRIBUCION DE LA PLANTA Y OFICINAS**

La distribución en planta representa la comodidad de los consumidores, cliente y la de nuestros empleados; dicha distribución en plantase la muestra en un plano con sus respectivas divisiones: VER ANEXO 3.

#### 4.1. OBJETIVOS DEL AREA DE ORGANIZACIÓN

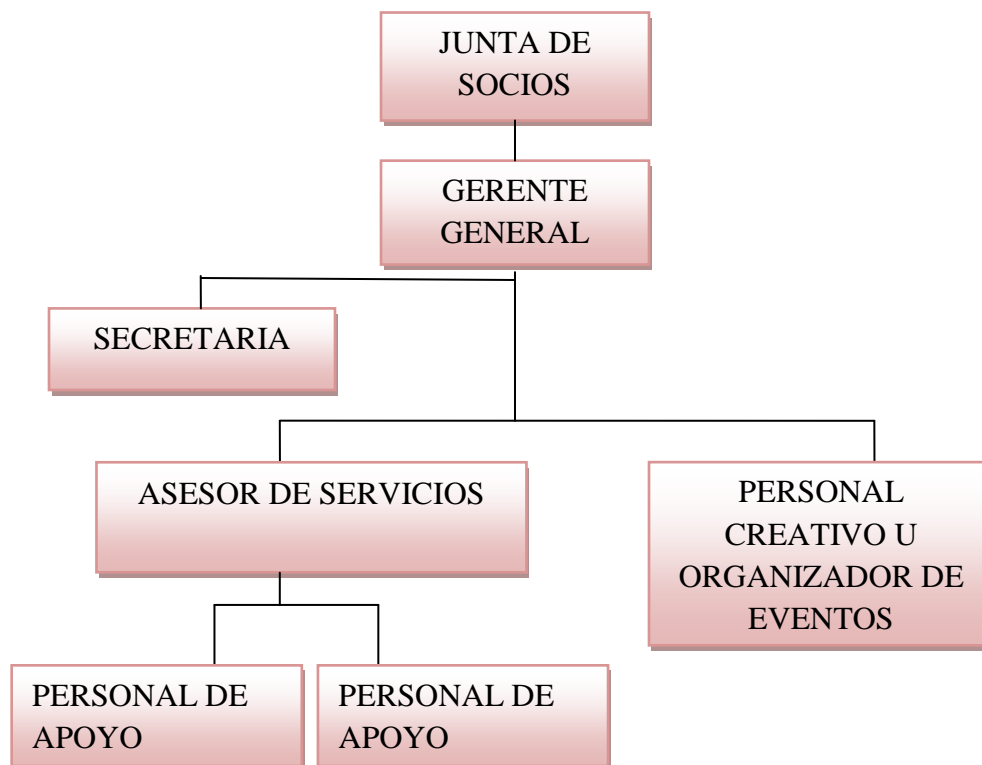
- Consolidar un equipo de trabajo enfocado a la misión de la empresa.
- Crear un ambiente laboral positivo y creativo entre los trabajadores.
- Mantener la capacitación en todos los niveles de la empresa.

#### 4.2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Este proyecto busca crear una empresa y conformarla por un equipo multidisciplinario de profesionales que velarán por el cumplimiento de los compromisos adquiridos tanto internos como externos en una organización funcional.

Al ser una empresa pequeña, debe de ser de responsabilidad limitada, donde se considera que no se requiere de un excesivo personal como se describe en el organigrama divisional que a continuación se mostrará:

##### 4.2.1. ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA “CATERING SERVICE”S.R.L.



### **4.3. FUNCIONES ESPECÍFICAS POR PUESTO**

Se describe a continuación las funciones por puesto de acuerdo al organigrama de la empresa:

#### **4.3.1. Gerente General.**

Es la persona que se encarga de las siguientes actividades:

- Definir la dirección estratégica de la empresa y sus políticas.
- Representante legal de la empresa.
- Atender los clientes importantes de la empresa.
- Autorizar pagos de personal.
- Aprobar el presupuesto anual de la empresa.
- Toma de decisiones administrativas y de financiamiento.
- Buscar alianzas estratégicas con proveedores.
- Generar los presupuestos, balances, manejo de cuentas de la empresa.
- Encargado del área contable y de hacer las declaraciones y pagos de impuestos correspondientes.
- Evaluar la competitividad de la empresa y analizar la competencia.
- Diseñar e implementar estrategias promocionales y comerciales.

#### **4.3.2. Asesor de servicios.**

Encargado de:

- Evaluar el proceso completo de prestación del servicio, a partir del momento de recibir la información por parte del cliente hasta la entrega del o los servicios para la realización del evento.
  - Tiene la responsabilidad de promocionar la variedad de servicios que ofrece la empresa; y que se ajuste a los requerimientos del cliente.
-



#### **4.3.3. Personal de apoyo**

- Encargados de entregar todo el material necesario como ser sillas, mesas, vajillas, etc., al cliente para que realice su evento.

#### **4.3.4. Personal creativo u organizador de eventos**

- Encargado de: armado del espacio para el acontecimiento, decoraciones en general; y si el cliente lo prefiere tiene la responsabilidad de organizar todo el evento.

#### **4.3.5. Secretaria Ejecutiva.**

- Encargada de recibir y transmitir la información de los servicios que requiere el cliente; así mismo brindar apoyo durante el desarrollo del esquema completo de la prestación del servicio.
- Encargada de atender las solicitudes de los clientes.
- Archivar y clasificar correspondencia recibida y enviada.
- Revisar diariamente el correo electrónico para dar respuesta oportuna a las solicitudes de los clientes.
- Atención de llamadas telefónicas, envío de faxes y correos electrónicos.

### **4.4. CAPTACION DEL PERSONAL.**

Con el fin de contar con un personal competitivo se procederá a su:

#### **4.4.1. Reclutamiento.**

Se le dará a conocer a los interesados mediante unos anuncios en la radio (programa la bolsita de trabajo). Posteriormente se realizara una entrevista para realizar y una prueba de capacidad y de conocimiento para elegir a los aspirantes más indicados para ocupar un cargo.

---

#### **4.4.2. Contratación.**

En esta fase se le informara sobre la duración del contrato, el sueldo, prestaciones sociales, se le presentara a sus jefes, compañeros de trabajo, y se le mostrara el lugar físico y jerárquico que ocupa en la organización.

#### **4.4.3. Inducción.**

Se ubicara y orientara al nuevo personal mediante un curso de capacitación que tendrá una duración de dos semanas con el fin de ayudar al trabajador a su adaptación en la empresa.

### **4.5. DESARROLLO DEL PERSONAL**

Se planea implantar sistemas de recompensa por responsabilidad y creatividad premiando con el equivalente del 5% de su sueldo.

- Se realizaran agasajos los días de cumpleaños de algún empleado.
- Para el día de la madre y del padre se les brindara un obsequio.
- En las fechas festivas como navidad y día de reyes se les brindara regalos a los hijos de los empleados.

### **4.6. ADMINISTRACION DE SUELDOS Y SALARIOS**

Se pagara a los empleados de acuerdo a las prestaciones de acuerdo a ley vigente (AFP y CNS) y se dará incentivos por responsabilidad, puntualidad y numero de servicios contratados. Todo esto en busca de lograr un clima organizacional de respeto y motivación para el buen funcionamiento de la empresa, que se describirá a continuación:

---

### Descripción de cargos y remuneraciones

TABLA Nro. 41							
DESCRIPCION DE CARGOS Y REMUNERACIONES							
			DESCUENTOS PATRONALES				
CARGO	HABER BASICO	TOTAL GANADO	C.N.S. (10%)	A.F.P. (1,71%)	PROVI V. (2%)	A.S. (3%)	LIQUIDO PAGABLE
Gerente General	3.000	3.000	300,00	51,3	60,00	90,00	2498,70
Secretaria	1.800	1.800	180,00	30,78	36,00	54,00	1.499
Asesor de Servicios	2.000	2.000	200,00	34,2	40,00	60,00	1.666
P/ creativo u O/ de eventos	2.000	2.000	200,00	34,2	40,00	60,00	1.666
P/ de Apoyo	1.500	1.500	150,00	25,65	30,00	45,00	1.249
<b>TOTAL</b>	<b>10.300</b>	<b>10.300</b>	<b>1030,00</b>	<b>176,13</b>	<b>206,00</b>	<b>309,00</b>	<b>8.579</b>

#### 4.7. RELACIONES DE TRABAJO

Realizaran su trabajo en un ambiente de cooperación y de aprendizaje, con el fin de alcanzar los objetivos organizacionales sin descuidar los personales. A través de una relación con respeto, y reconociendo todos sus derechos.

#### 4.8. MARCO LEGAL DE LA ORGANIZACIÓN

##### 4.8.1. Requisitos para la apertura de una empresa en la Republica de Bolivia:

###### Paso 1:

Elija el tipo societario.

En nuestro caso:

“Sociedad de Responsabilidad Limitada”(S.R.L.).

**Paso 2:**

Elija correctamente la denominación de su empresa.

Razón Social: El nombre con el que se inscribirá en un registro público, “CATERING SERVICE” S.R.L.

**Paso 3:**

Realice el trámite de Control de Homonimia.

Usted deberá verificar la disponibilidad de una razón social o denominación que utilizara su empresa, mediante el control de Homonimia.

Requisitos:

- Formulario Nro. 0010/03 de solicitud de Control de Homonimia debidamente llenado y firmado por el cliente.
- Un día hábil, computables a partir del día hábil siguiente al ingreso del trámite ante el Registro de Comercio S.R.L. 136,50 Bs.

**Paso 4:**

Declare de manera correcta el objeto social de su empresa.

1.- la actividad económica

2.- la identificación de los principales productos y/o servicios en orden de importancia.

**Paso 5:**

Inscripción de su empresa en el Registro de Comercio de Bolivia.

Usted debe inscribir su empresa de acuerdo a la forma legal que tendrá su empresa: empresa Unipersonal, Sociedad de Responsabilidad Limitada y/o Sociedad Anónima.

Le ofrecemos los requisitos, plazo de trámite y aranceles según la forma legal:

- Inscripción de Comerciante individual o empresa Unipersonal.
  - Inscripción de Sociedad de Responsabilidad Limitada, Sociedad Colectiva o Sociedad en Comandita Simple.
  - Inscripción de Sociedad Anónima o Sociedad en Comandita por Acciones Constituidas por Acto Único.
-

- Inscripción de Sociedad Anónima o en Comandita por Acciones, Constituidas por Suscripción Pública de Acciones.
- Inscripción de Sociedad Anónima Mixta.
- Inscripción de Sociedad Constituida en el Extranjero.

Luego ir a:

#### **AFP y HAM:**

- Se acude a la AFP para realizar la inscripción del empleador (seguro social obligatorio).
- A continuación se procede a la inscripción municipal de la empresa en la Alcaldía (padrón municipal). El municipio a través de sus funciones realiza una inspección de la empresa para verificar su existencia física.

#### **CAJA, MINISTERIO Y GREMIO:**

- Al cabo del primer mes de funcionamiento de la empresa se puede realizar la inscripción del establecimiento económico en la Caja Nacional de Salud para obtener el seguro social de corto plazo para los trabajadores.
- Posteriormente se acude al Ministerio de Trabajo donde se registra la empresa y se abre los libros de asistencia laboral y de accidentes.
- Por ultimo corresponde afiliarse a la cámara sectorial respectiva (industria, comercio, construcción, seguros, etc.)

#### **REGISTRO EN EL S.I.N.:**

##### **CONTRIBUYENTE ACTIVO E INACTIVO (REGIMEN GENERAL)**

Cuando una persona, empresa sociedad u organización inicia una actividad económica relacionada con algún impuesto, debe registrarse ante el servicio de Impuestos Nacionales (SIN) en el padrón Nacional de contribuyente a fin de obtener su número de identificación tributaria (NIT).

El NIT se lo obtiene al momento de su inscripción en la gerencia distrital del SIN de su jurisdicción.

Al solicitar su empadronamiento de su inscripción en la gerencia distrital de SIN de su jurisdicción.

---

Al solicitar su empadronamiento recibirá la siguiente documentación:

- Formulario de Empadronamiento (4591 - 1)
- Anexo formulario 4591 – 1 (si corresponde)
- Instructivo de llenado del formulario.
- Lista de actividades.

Personas jurídicas:

- Formulario de empadronamiento 4591 – 1, debidamente llenado.
- Testimonio de la escritura de constitución de la sociedad (original o fotocopias legalizada).
- Factura o pre factura de luz que acredite el domicilio donde realizara su actividad y de la residencia habitual del o los representantes legales o apoderados, original o fotocopia.
- Poder que acredite al representante legal o apoderado (original o fotocopia legalizada).
- Documento de identidad del representante legal o apoderado (original y fotocopia).

### **VERIFICACION Y ACEPTACION**

Una vez que el SIN verifique el cumplimiento de los requisitos establecidos y revise la consistencia de los datos consignados en la declaración jurada de empadronamiento proporcionados, el mismo deberá ser revisado y firmado por el contribuyente. Posteriormente se imprimirá la constancia de su inscripción.

### **EMISION, ENTREGA Y RECEPCION**

Una vez aceptada la solicitud de empadronamiento, el SIN emitirá los siguientes documentos a favor del solicitante, los cuales le serán entregados en su domicilio declarado:

- Certificado de inscripción al Padrón Nacional de Contribuyentes.
  - Documento de exhibición del NIT o cartel de registro (uno para la casa matriz y uno por cada sucursal).
-

- Tarjeta de contribuyente.
- Volantes con la fecha de vencimiento.

Si el contribuyente no recibe el sobre con los documentos de empadronamiento deberá apersonarse a la Gerencia Distrital de su jurisdicción a efecto de verificar la existencia de alguna observación.

Una vez que obtuvo su registro, el mismo, le servirá para identificarse como contribuyente, realizar trámites ante la administración tributaria, y ejercer su actividad comercial con toda normalidad y en el marco de la legalidad; de la misma manera le permitirá conocer los impuestos a los que está sujeto (por la actividad que realiza), además de formularios y el periodo en que debe presentar el pago de sus obligaciones.

---

### **5.1. OBJETIVOS DEL AREA CONTABLE**

- Determinar cuanto sera el flujo de efectivo necesario para que la empresa pueda iniciar las operaciones de produccion.
- Dar un margen de utilidad neta de 6% para nuestros socios que nos permitira cumplir con los objetivos establecidos.

### **5.2. PLAN FINANCIERO**

El Plan de Financiamiento ha sido desarrollado en función de todos y cada uno de los estudios interpretados con anterioridad, las cifras y cantidades son estimaciones y proyecciones analizadas con el objetivo de cubrir con el propósito de viabilidad en el largo plazo. El punto de vista de viabilidad, debe ser tratado con mucho cuidado, para no perder la proporción de la realidad y tender a exagerar con valores inalcanzables y nada factibles en consecución del proyecto.

Es importante mencionar previo al análisis cuantitativo que existen algunos elementos para establecer el Plan Financiero, mencionando algunos de ellos son:

- Inversión requerida
- Rentabilidad esperada, y
- Proyecciones en 5 años

#### **5.2.1. Política de financiamiento**

Es necesario establecer las cantidades y los precios para el establecimiento de la empresa, así como el financiamiento para la puesta en marcha del proyecto.

Como primera decisión hemos considerado financiar nuestro proyecto vía préstamo del Banco FIE, por la cantidad de 300.000 Bolivianos como lo muestra la tabla de la amortización, con una tasa del 13 % anual (tasa mínima bancaria) y con 20 pagos trimestrales. VER ANEXO 4

---



Además del préstamo contamos con una aportación de los socios de “CATERING SERVICE” S.R.L. de 180.014 Bs. lo cual suma al total de lo requerido para empezar nuestro proyecto.

### 5.3. INVERSION REQUERIDA

La inversión requerida antes de la puesta en marcha debe tomarse en cuenta valores requeridos para poder invertir; estas cifras pueden agruparse en la siguiente clasificación:

- Costos y gastos
- Activos fijos
- Capital de trabajo

**5.3.1. INVERSIONES FIJAS:** A continuación se detalla todos los activos que se necesitaran para la puesta en marcha de la empresa:

#### EQUIPOS DE OFICINA

**TABLA Nro. 42**

Descripción	Cantidad	v. unitario	Total
COMPUTADORA DE ESCRITORIO	2 u.	5100	1200
COPIADORA E IMPRESORA	1 u.	2000	2000
TELEFONO	2 u.	180	360
<b>TOTAL EQUIPOS DE OFICINA</b>			<b>3560</b>

**MUEBLES DE OFICINA****TABLA Nro. 43**

DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL (en Bs.)
ESCRITORIO	2 u.	600	1200
SILLAS DE TRABAJO	4 u.	130	520
MESAS DE TRABAJO	2 u.	400	800
SILLAS DE RECEPCION	2 u.	120	240
TOTAL			2760

**ÚTILES DE OFICINA****TABLA Nro. 44**

DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	COSTO TOTAL
HOJAS (paquete de 500)	500	0,10	50
CARPETA	1 u.	7	7
ENGRAMPADORA	1 u.	25	25
PERFORADORA	1 u.	25	25
CLIPS	100 u.	0,15	15
LAPICERAS	5 u.	4	20
AGENDAS	2 u.	30	60
TOTAL			202

**MATERIAL DE SERVICIO****MANTELES****TABLA Nro.45**

DISEÑO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO En bolivianos	TOTAL (en Bs.)
Manteles redondos	200 u.	50	10000
Manteles cuadrados	200 u.	50	10000
Manteles redondos estampados	200 u.	60	12000
Manteles cuadrados estampados	200 u.	60	12000
Manteles rectangulares	100 u.	90	9000
TOTAL			41000

---

---

**PORCELANA****TABLA Nro. 46**

DETALLE	CANTIDAD	COSTO POR UNIDAD (en Bs.)	TOTAL (en Bs.)
Plato entrada	1000 u.	12	12000
Plato redondo	1000 u.	12	12000
Plato cuadrado	1000 u.	12	12000
Plato hondo	1000 u.	13	13000
Plato postre	1000 u.	6	6000
Tazas	1000 u.	6	6000
Platillos	1000 u.	4	4000
Azucarera	35 u.	50	1750
Bandejas	130 u.	500	65000
<b>TOTAL</b>			<b>131750</b>

---

---

**CUBIERTOS****TABLA Nro. 47**

DISEÑO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL (en Bs.)
Cucharillas	1000 u.	2,50	2500
Cucharas	1000 u.	3,50	3500
Cuchillos	1000 u.	3,50	3500
Tenedores	1000 u.	3,50	3500
TOTAL			13000

**ACCESORIOS****TABLA Nro. 48**

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL (en Bs.)
Champanera	50 u.	30	1500
Jarras de vidrio	150 u.	45	6750
Jarras térmicas	100 u.	110	11000
Pala para torta	15 u.	15	225
Bandeja de aluminio	60 u.	85	5100
TOTAL			24575

**CRISTALERIA****TABLA Nro.49**

DISEÑO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL (en Bs.)
Vaso cervecero	1000 u.	6	6000
Vaso chuflaicero	1000 u.	6	6000
Copas para brindis	1000 u.	6	6000
Copas para vino	1000 u.	6	6000
Choperos	1000 u.	15	15000
Vasos tequileros	300 u.	6	1800
Vasos para helado	300 u.	15	415
Trago corto	200 u.	5	1000
Copa coctel	500 u.	6	3000
copa de agua	500 u.	7	3500
<b>TOTAL</b>			<b>48715</b>

**SILLAS****TABLA Nro. 50**

DISEÑO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL (en Bs.)
Sillas de plástico tamaño normal	1000 u.	50	50000
Sillas de madera tamaño normal	500 u.	150	75000
Sillas de plástico pequeñas	500 u.	25	12500
<b>TOTAL</b>			<b>137500</b>

**MESAS****TABLA Nro. 51**

DISEÑO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL (en Bs.)
Mesas de plástico redondas	250 u.	150	37500
Mesas de plástico cuadradas	250 u.	150	37500
Mesas de madera cuadradas	125 u.	600	75000

Mesas pequeñas de plástico	125 u.	90	11250
TOTAL			161250

**MOVILIDAD****TABLA Nro. 52**

MODELO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL (en Bs.)
CAMIONETA	1 u.	88400	88400

**MUSICA Y FILMACION****TABLA Nro. 53**

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
EQUIPO DE AMPLIFICACION	3 u.	14000	42000
CAMARA FILMADORA Y FOTOGRAFICA	3 u.	2800	8400



**PRECIO DE LOS MATERIALES DE SERVICIO****TABLA Nro. 54**

<b>DETALLE</b>	<b>TOTAL</b>
MANTELES	41.000
PORCELANA	131.750
CUBIERTOS	13.000
ACCESORIOS	24.575
CRISTALERIA	48.715
SILLAS	137.500
MESAS	161.250
TOTAL	557.790 Bs.

---

---

TABLA Nro. 55

<b>ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO DE “CATERING SERVICE”S.R.L.</b>	
<b>INVERSIONES FIJAS</b>	<b>MONTO</b>
VEHICULO	Bs. 88400
EQUIPOS DE OFICINA	Bs. 3560
MUEBLES DE OFICINA	Bs. 2760
UTILES DE OFICINA	Bs. 202
MATERIAL DE SERVICIO	Bs. 557790
EQUIPO DE AMPLIFICACION Y FILMACION	Bs. 50400
<b>TOTAL DE INVERSIONES FIJAS</b>	<b>Bs. 703202</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>Bs. 136840</b>
<b>TOTAL</b>	<b>Bs. 840042</b>

“CATERING SERVICE”S.R.L. tendrá una inversión inicial de 840.042 bolivianos, lo cual cubre con todos los requerimientos necesarios para empezar nuestro proyecto, incluso esta cifra respalda hechos o problemas imprevistos, que puedan suscitarse en el transcurso del negocio.

## **5.4. FLUJO DE EFECTIVO**

### **5.4.1. Costos y gastos**

Debemos tener en cuenta los costos resultantes del consumo de servicios básicos, telefonía fija, publicidad, afiches y otros, proyectados en el año.

Alquilamos una oficina en la avenida Belgrano entre Eulogio Ruiz y Federico Ávila, un sector muy estratégico debido a que circula mucha gente y es una zona comercial, es un ambiente bastante amplio, incluye un baño y garaje con un costo de 1500 bolivianos.

Otro gasto de gran importancia son los sueldos y salarios a cancelar al equipo de trabajo teniendo la siguiente distribución de los mismos:

Teniendo como el mínimo 1.800 Bs. Y el máximo 3.000 Bs., consideramos un presupuesto de 11.800 Bs. para pagos mensuales y 141.600 Bs. para pagos anuales.

---

- **COSTOS (Detalle de los Costos ANEXO 5)**

**TABLA Nro. 56**

<b>COSTOS</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
<b>MATERIA PRIMA</b>	<b>260.000</b>	<b>270.400</b>	<b>283.400</b>	<b>296.400</b>	<b>309.400</b>
GLOBOS	35.000	36.400	38.150	39.900	41.650
FLORES	45.000	46.800	49.050	51.300	53.550
BANQUETES	180.000	187.200	196.200	205.200	214.200
<b>MANO DE OBRA</b>	<b>40.212</b>	<b>40.212</b>	<b>40.212</b>	<b>40.212</b>	<b>40.212</b>
SUELDOS	36.000	36.000	36.000	36.000	36.000
C.N.S.	3.600	3.600	3.600	3.600	3.600
A.F.P.	612	612	612	612	612
<b>CIF</b>	<b>101.224</b>	<b>101.224</b>	<b>101.224</b>	<b>101.224</b>	<b>101.224</b>
AGUA	360	360	360	360	360
ENERGIA ELECTRICA	840	840	840	840	840
ALQUILER	18.000	18.000	18.000	18.000	18.000
D. MAQ. Y EQUIPO	76.024	76.024	76.024	76.024	76.024
SEGURO	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000

- **GASTOS (Detalles de los Gastos ANEXO 7)**

**TABLA Nro.57**

<b>GASTOS</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
GASTOS DE ADM.	88.272	88.272	88.272	88.272	88.272
SUELDOS	57.600	57.600	57.600	57.600	57.600
GASTOS GENERALES	480	480	480	480	480
CAPACITACION	3.600	3.600	3.600	3.600	3.600
DEP. MUEBLES Y ENS.	4.440	4.440	4.440	4.440	4.440
DEP. EQUIPO DE COMP.	5.340	5.340	5.340	5.340	5.340
SUMINISTROS DE OFICINA	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200
APORTE A LA C.N.S.	12.360	12.360	12.360	12.360	12.360
APORTE A LA A.F.P.	2.112	2.112	2.112	2.112	2.112
GASTOS DE VENTA	187.197	187.197	187.197	187.197	187.197
SUELDOS	48.000	48.000	48.000	48.000	48.000
PROMOCION	54.000	54.000	54.000	54.000	54.000
DEP.MUEBLES Y ENS.	76.024	76.024	76.024	76.024	76.024
COMBUSTIBLE	2.400	2.400	2.400	2.400	2.400
SUMINISTROS DE OFICINA	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200
APORTE A LA C.N.S.	4.800	4.800	4.800	4.800	4.800
APORTE A LA A.F.P.	773	773	773	773	773
GASTOS FINANCIEROS	34.612	28.076	20.644	12.196	7.788
INTERES	34.612	28.076	20.644	12.196	7.788
OTROS GASTOS	115.265	146.935	155.553	165.532	173.996
PAGO IVA	78.715	99.562	108.887	115.872	121.797
PAGO IT	36.550	47.373	46.666	49.660	52.199

#### 5.4.2. CAPITAL SOCIAL

La empresa cuenta con tres socios al momento de su apertura con un capital social de 540.042 Bs. el aporte de cada socio es expresado de la siguiente manera:

**TABLA Nro. 58**

<b>SOCIO</b>	<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>
BALDIVIEZO	180.014 Bs.
PEREZ	180.014 Bs.
LOZANO	180.014 Bs.

---

---

## 5.4.3. Proyección del Flujo de Efectivo.

TABLA Nro. 59

	FLUJO DE CAJA PROYECTADO					
	2011	2012	2013	2014	2015	2016
<b>INGRESO</b>		<b>939.900</b>	<b>981.538</b>	<b>1.025.020</b>	<b>1.070.428</b>	<b>1.117.848</b>
VENTA DEL PRODUCTO		939.900	981.538	1.025.020	1.070.428	1.117.848
VENTA DE ACTIVOS		0	0	0	0	0
<b>EGRESOS</b>		<b>-542.704</b>	<b>-573.398</b>	<b>-580.988</b>	<b>-589.777</b>	<b>-601.080</b>
COSTO VARIABLE		-139.000	-144.560	-150.964	-158.222	-165.469
COSTO FIJO		-176.988	-176.988	-176.988	-176.988	-176.988
INTERES		-34.612	-28.076	-20.644	-12.196	-7.788
(-) DEPRECIACION		-76.839	-76.839	-76.839	-76.839	-76.839
(-) VALOR EN LIBROS		0	0	0	0	0
PAGO DE IVA		-78.715	-99.562	-108.887	-115.872	-121.797
PAGO IT		-36.550	-47.373	-46.666	-49.660	-52.199
<b>U.A.I</b>		<b>397.196</b>	<b>408.140</b>	<b>444.032</b>	<b>480.651</b>	<b>516.768</b>
IUE 25%		99.299	102.035	111.008	120.163	129.192
<b>UTILIDAD NETA</b>		<b>297.897</b>	<b>306.105</b>	<b>333.024</b>	<b>360.488</b>	<b>387.576</b>
(+) DEPRECIACION		76.839	76.839	76.839	76.839	76.839
(+) VALOR EN LIBROS		0	0	0	0	0
(-) INVERSION						
MUEBLES Y ENSERES	-2.962					
EQUIPO DE COMPUTACION	-3.560					
MAQUINARIA Y EQUIPO	-696.590					
GASTOS DE ORGANIZACION	-2.500					
CAPITAL DE TRABAJO	-134.430	-1.980	-2.030	0	2.083	136.428
(+) FINANCIAMIENTO	300.000					
(-) AMORTIZACION		-45.703	-51.940	-59.029	-67.086	-76.241
(+) VALOR DE DESECHO						95.730
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-540.042</b>	<b>327.053</b>	<b>328.974</b>	<b>350.834</b>	<b>372.324</b>	<b>620.332</b>
<b>FLUJO DE CAJA ACTUALIZADO</b>	<b>-540.042</b>	<b>305.657</b>	<b>287.339</b>	<b>286.385</b>	<b>281.328</b>	<b>442.294</b>
<b>FLUJO DE CAJA ACUMULADO</b>	<b>-540042</b>	<b>-234.385</b>	<b>52.954</b>	<b>339.339</b>	<b>620.667</b>	<b>1.062.961</b>

**5.5. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS****5.5.1. BALANCE GENERAL.**

**EMPRESA CATERING SERVICE S.R.L.  
BALANCE DE APERTURA  
PRACTICADO AL 20 DE DICIEMBRE DEL 2011  
(EN BOLIVIANOS)**

<b>ACTIVO</b>		<b>PASIVO</b>		
<b><u>Activo Corriente</u></b>		<b><u>Pasivo Corriente</u></b>		
Caja	134.430	Pasivo a largo plazo		
		Prestamo Banco FIE	300.000	
<b>Activo Fijo Tangible</b>	<b>703.112</b>	<b>PATRIMONIO</b>		
Vehiculo	88.400	<b>CAPITAL CONTABLE</b>		
Muebles y Ens.	2.962	Socio Baldiviezo	180.014	
Equipo de Comp.	3.560	SocioPerez	180.014	
Maquinaria y Eq.	608.190	Socio Lozano	180.014	540.042
<b>Cargos Diferidos</b>				
Gastos de Org.	2.500			
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>840.042</b>	<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>840.042</b>	

---



## 5.5.2. ESTADO DE RESULTADOS.

TABLA Nro. 60

## ESTADOS DE RESULTADOS PROYECTADO

	2012	2013	2014	2015	2016
<b>INGRESO</b>	<b>939.900</b>	<b>981.538</b>	<b>1.025.020</b>	<b>1.070.428</b>	<b>1.117.848</b>
VENTA DEL PRODUCTO	939.900	981.538	1.025.020	1.070.428	1.117.848
VENTAS DE ACTIVOS	0	0	0	0	0
<b>EGRESOS</b>	<b>-754.600</b>	<b>-790.134</b>	<b>-824.964</b>	<b>-920.075</b>	<b>-835.907</b>
<b>COSTO DE PRODUCCION</b>	<b>-401.436</b>	<b>-411836</b>	<b>-424.836</b>	<b>-437.836</b>	<b>-450.836</b>
MATERIA PRIMA	-260.000	-270.400	-283.400	-296.400	-309.400
MANO DE OBRA	-40.212	-40.212	-40.212	-40.212	-40.212
CIF	-101.224	-101.224	-101.224	-101.224	-101.224
<b>GASTOS OPERATIVOS</b>	<b>-353.164</b>	<b>-378.298</b>	<b>-400.128</b>	<b>-482.239</b>	<b>-385.071</b>
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>-87.222</b>	<b>-87.222</b>	<b>-87.222</b>	<b>-87.222</b>	<b>-87.222</b>
sueldos	-57.600	-57.600	-57.600	-57.600	-57.600
gastos generales	-480	-480	-480	-480	-480
capacitacion	-3.600	-3.600	-3.600	-3.600	-3.600
Dep. Muebles y Ens.	-4.440	-4.440	-4.440	-4.440	-4.440
Dep. Equipo de Comp.	-5.430	-5.430	-5.430	-5.430	-5.430
Suministros de oficina	-1.200	-1.200	-1.200	-1.200	-1.200
Aporte a la CNS	-12.360	-12.360	-12.360	-12.360	-12.360
Aporte a la A.F.P.	-2.112	-2.112	-2.112	-2.112	-2.112
<b>GASTOS DE VENTAS</b>	<b>-116.065</b>	<b>-116.065</b>	<b>-116.065</b>	<b>-116.065</b>	<b>-116.065</b>
Sueldos	-48.000	-48.000	-48.000	-48.000	-48.000
Promocion	-54.000	-54.000	-54.000	-54.000	-54.000
Dep. Muebles y Ens.	-4.892	-4.892	-4.892	-4.892	-4.892
Combustible	-2.400	-2.400	-2.400	-2.400	-2.400
Suministros de oficina	-1.200	-1.200	-1.200	-1.200	-1.200
Aporte a la CNS	-4.800	-4.800	-4.800	-4.800	-4.800
Aporte a la A.F.P.	-773	-773	-773	-773	-773
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>-34.612</b>	<b>-28.076</b>	<b>-20.644</b>	<b>-12.196</b>	<b>-7.788</b>
Interes	-34.612	-28.076	-20.644	-12.196	-7.788
<b>OTROS GASTOS</b>	<b>-115.265</b>	<b>-146.935</b>	<b>-155.553</b>	<b>-165.532</b>	<b>-173.996</b>
Pago IVA	-78.715	-99.562	-108.887	-115.872	-121.797
Pago IT	-36.550	-47.373	-46.666	-49.660	-52.199
<b>UAI</b>	<b>185.300</b>	<b>191.404</b>	<b>200.056</b>	<b>150.353</b>	<b>281.941</b>
<b>IUE(25%)</b>	<b>46.325</b>	<b>47.851</b>	<b>50.014</b>	<b>37.588</b>	<b>70.485</b>
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>138.975</b>	<b>143.553</b>	<b>150.042</b>	<b>112.765</b>	<b>211.456</b>
<b>PAGO A DIVIDENDOS (6%)</b>	<b>8.339</b>	<b>8.613</b>	<b>9.003</b>	<b>6.766</b>	<b>12.687</b>

### 5.5.3. INDICADORES FINANCIEROS

Se utilizo a los siguientes indicadores financieros:

- **Costo de capital (k):**

El costo de capital se determina:

Datos:

D = Deuda = 300.000 Bs.

P = Propio = 540.042 Bs.

Kg = 13% tasa de préstamo

Kp = 3% tasa de ahorro

I = Inversión = 840.042 Bs.

$$K = \frac{(D * K_g)}{I} + \frac{(P * K_p)}{I}$$

$$K = 7\%$$

- **VALOR ACTUAL NETO (VAN)**

Se determina de la siguiente manera:

$$VAN = -I + E \sum_{t=1}^n \frac{FC_n}{(1+k)^t}$$

$$VAN = 995.954 \text{ Bs.}$$


---

○ **TASA INTERNA DE RETORNO (TIR):**

Es aquella que hace que el VAN sea igual a cero.

Formula:

$$VAN = -I + E \sum_{t=1}^n \frac{FC_n}{(1+k)^t} = 0$$

$$TIR = 59\%$$

○ **PERIODO DE RECUPERACION (PR)**

El tiempo en que tardara en recuperar la inversión es:

Formula:

$$PR = \text{Recuperación total} - \frac{\text{Costo no recuperado al primer año de la recuperación}}{\text{Flujo de caja del año a la recuperación}}$$

$$PR = 2,98 \text{ años.}$$

## 5.6. PUNTO DE EQUILIBRIO

Se determina de la siguiente manera:

	<b>PUNTO DE EQUILIBRIO DE "CATERING SERVICE"</b>		
<b>AÑO 2012</b>	<b>EGRESOS</b>	<b>INGRESOS</b>	<b>VARIACION</b>
MATERIA PRIMA	260.000		
GASTOS DE ADM	87.222		
Amortización	45.703		
INTERES	34.612		
Inversión Fija	703.202		
Instalacion	1.500		
<b>SALIDAS TOTAL AÑO</b>	<b>1.132.239</b>	<b>939.900</b>	<b>-192.339</b>
<b>AÑO 2013</b>			
Materia Prima	270.400		
Gastos de ADM	87.222		
Amortizacion	51.940		
Interes	28.076		
<b>SALIDAS TOTAL AÑO</b>	<b>437.638</b>	<b>981.538</b>	
<b>ACUMULADO</b>	<b>1.569.877</b>	<b>1.921.438</b>	<b>351.561</b>
<b>AÑO 2014</b>			
Materia Prima	283.400		
Gastos de ADM	87.220		
Amortizacion	59.029		
Interes	20.644		
<b>SALIDAS TOTAL AÑO</b>	<b>450.295</b>	<b>1.025.020</b>	
<b>ACUMULADO</b>	<b>2.020.172</b>	<b>2.946.458</b>	<b>926.286</b>
<b>AÑO 2015</b>			
Materia Prima	296.400		
Gastos de ADM	87.200		
Amortizacion	67.086		
Interes	12.196		
<b>SALIDAS TOTAL AÑO</b>	<b>462.882</b>	<b>1.070.428</b>	
<b>ACUMULADO</b>	<b>2.483.054</b>	<b>4.016.886</b>	<b>1.533.832</b>
<b>AÑO 2016</b>			
Materia Prima	309.400		
Gastos de ADM	87.200		
Amortizacion	76.241		
Interes	7.788		
<b>SALIDAS TOTAL AÑO</b>	<b>480.629</b>	<b>1.117.848</b>	
<b>ACUMULADO</b>	<b>2.963.683</b>	<b>5.134.734</b>	<b>2.171.051</b>