



Uleam

UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS HOTELERAS Y
TURÍSTICAS**

CARRERA: HOTELERÍA

PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

INGENIERA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS HOTELERAS

TEMA:

**“PROPUESTA DE CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PICNICS DE LUJO CON
INNOVACION DE SERVICIO A DOMICILIO Y AL AIRE LIBRE, EN EL CARMEN,
MANABÍ, 2021”**

AUTORA:

MORA SOLORZANO ANGIE PATRICIA

TUTOR:

ING. LIZANDRO ANTONIO MOLINA SABANDO

MANTA - MANABÍ – ECUADOR

2022

CERTIFICACION

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Hotelería y Turismo de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, CERTIFICO

Haber dirigido y revisado el Proyecto de emprendimiento, bajo la autoría de la estudiante **Mora Solórzano Angie Patricia** legalmente egresada en la carrera de Hotelería, periodo académico 2020-2022, cumpliendo el total de 400 horas, bajo la opción de titulación de emprendimiento, cuyo tema es: "Propuesta de creación de una empresa de picnics de lujo con innovación de servicio a domicilio y al aire libre, en el Carmen, Manabí, 2021"

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el reglamento de régimen académico y en concordancia con los alineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de ley en contrario.

Manta, 2022

Lo certifico

Ing. Lizandro Molina

Docente tutor(a)

AUTORÍA

El proyecto de titulación modalidad emprendimiento pertenece exclusivamente a la autora, este informe se realiza como requisito previo a la obtención del título de Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Para uso del contenido de este documento se debe citar a la autora.

Mora Solórzano Angie Patricia

235091521-7

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

El tribunal evaluador certifica: El trabajo de fin de carrera, titulado "Propuesta de creación de una empresa de picnics de lujo con innovación de servicio a domicilio y al aire libre, en el Carmen, Manabí, 2021" ha sido realizado y concluido por la señorita Angie Patricia Mora Solórzano, el mismo que ha sido controlado por los miembros del tribunal. El trabajo de fin de carrera reúne todos los requisitos pertinentes en los que se refiera al emprendimiento y diseño que ha sido continuamente revisada por este tribunal en las reuniones llevadas a cabo.

Para testimonio y autenticidad. Firmamos:

Lic. Luis Reyes

Miembro del tribunal

Lic. Joubert Azua

Decano de la facultad

Lic. Joubert Azua

Miembro del tribunal

Ing. Carolina Anchundia

Miembro del tribunal

Ing. Lizandro Molina

Tutor

Angie Patricia Mora Solórzano

Estudiante

DEDICATORIA

Esta tesis es dedicada principalmente a Dios quien supo guiarme en cada momento por el buen camino, darme fuerzas y ganas de seguir adelante a pesar de todo, enseñándome a ser resiliente y también poder entender que en su tiempo todo es perfecto.

A mi familia en general, por su apoyo, por sentirse orgullosos en cada paso que doy, por ayudarme con los recursos necesarios para mis estudios. Me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, principios, mi carácter, mi perseverancia, y coraje para cumplir mis sueños y anhelos.

Gracias también a mi ángel en el cielo, a mi papa, por dirigirme en el camino de los estudios y sobre todo a esta carrera. También, por enseñarme que en cada decisión que tome, debo terminarlo y de la mejor manera.

AGRADECIMIENTO

Familia, amigos, y personas especiales en mi vida, no son nada más y nada menos que un solo conjunto, seres queridos que son de gran importancia en mi vida. No podría sentirme más agradecida con la confianza puesta en mí, especialmente cuando he contado con su apoyo.

Este nuevo logro es gran parte gracias a ustedes, ya que he logrado concluir con éxito un proyecto que en principio podría parecer interminable.

También, a mis profesores y compañeros que me aportaron un granito de arena con sus conocimientos para que este proyecto se finalice con éxito.

Dedico mi tesis a ustedes, personas de bien, que me ofrecieron amor, ganas y orgullo de salir a delante.

INDICE GENERAL

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO	6
Resumen.....	17
Abstract	18
Planteamiento del problema.....	20
Justificación	21
Objetivos	23
Objetivo general.....	23
Objetivos específicos	23
Misión, visión y valores	24
Análisis FODA	25
CAPÍTULO I.....	27
Marco referencial	27
Historia del picnic	28
Como generar un negocio (emprendimiento) en plan Ecuador	31
Estudio del mercado.....	35
Demanda	35
Oferta	36
Requisitos para iniciar un negocio en el cantón El Carmen	37
CAPÍTULO II.....	41
Modelo de negocios	41
Segmentación de clientes	42

¿Quiénes son tus clientes?	42
Segmentación de la competencia	42
¿Quiénes son tu competencia?	43
Demanda histórica, actual y proyectada	43
Relación con los clientes	44
Propuesta de valor	45
Localización	45
Descripción del producto/servicio	46
Picnics de lujo A’M livre	46
Tipos de picnics	54
Picnics básicos	54
Picnics Premium	54
Picnics Golden	55
Recursos claves	55
Recursos humanos	55
Recursos físicos	56
Recurso Tecnológico	56
Intelectuales	57
Logo de A’M livre luxury picnics	57
Actividades Clave	59
Metodología	60
CAPÍTULO III	61
Estudio Económico Financiero	61

Proyección de Ventas.....	66
Plan de Inversión	69
Líneas de Financiamiento	70
Flujo de Caja Proyectado (5 Años).....	73
Estado de Resultados Proyectados (5 Años).....	74
Estado de Situación Financiera Proyectado (5 Años).....	75
Evaluación Financiera.....	76
VAN.....	77
TIR.....	78
Relación Beneficio/Costo (Rbc)	78
Razones Financiera	79
Conclusiones	81
Recomendaciones	82
BIBLIOGRAFÍA.....	83
Anexos.....	86

INDICE DE TABLAS

Tabla numero 1: Perfil del consumidor	36
Tabla numero 2: Competencia Era catering eventos	36
Tabla numero 3: Competencia Meri Eventos	37
Tabla numero 4: Lienzo Canva	41
Tabla numero 5: Tipos de picnics	54
Tabla numero 6: Costo Unitario de Producción	61
Tabla numero 7: Materia Prima (Mercadería para los paquetes)	62
Tabla numero 8: Costos de Mantenimiento.....	63
Tabla numero 9: Materiales de Limpieza.....	63
Tabla numero 10: Sueldos y salarios del primer año	63
Tabla numero 11: Sueldos y salarios del segundo año.....	64
Tabla numero 12: Gastos generales administrativos	64
Tabla numero 13: Materiales de Oficina	64
Tabla numero 14: Materiales de Computación	65
Tabla numero 15: Gastos de mantenimiento	65
Tabla numero 16: Servicios prestados.....	65
Tabla numero 17: Seguros.....	65
Tabla numero 18: Gastos de marketing.....	66
Tabla numero 19: Mercado Meta	66
Tabla numero 20: Proyección de Consumo mensual	67
Tabla numero 21: Proyección de ingreso del paquete Básico	67

Tabla numero 22: Proyección de ingreso del paquete Premium	68
Tabla numero 23: Proyección de ingreso del paquete Golden	68
Tabla numero 24: Proyección de ingreso del paquete Golden	68
Tabla numero 25: Incremento anual por paquete de picnic de lujo.....	69
Tabla numero 26: Plan de Inversión.....	69
Tabla numero 27: Estructura de la inversión.....	70
Tabla numero 28: Origen de Fondos	71
Tabla numero 29: Estructura Accionaria.....	71
Tabla numero 30: Plan de inversión y origen de fondos	72
Tabla numero 31: Tabla de amortización del crédito	73
Tabla numero 32: Flujo de caja proyectado	74
Tabla numero 33: Estado de resultado proyectado.....	75
Tabla numero 34: Estado de situación financiera proyectado	76
Tabla numero 35: Estado de situación financiera proyectado	77
Tabla numero 36: Genero de los encuestados	106
Tabla numero 37: Edad de los encuestados.....	107
Tabla numero 38: Salario mensual	108
Tabla numero 39: Consumo del servicio.....	109
Tabla numero 40: Contratación del servicio.....	110
Tabla numero 41: Creación de la empresa	111
Tabla numero 42: Aspectos relevantes.....	112
Tabla número 43: Disposición de pago	113
Tabla numero 44: Que paquete de picnic contratarían	114

Tabla numero 45: Disposición en contratar.....	115
Tabla numero 46: Frecuencia de contratación del paquete básico	116
Tabla numero 47: Frecuencia de contratación paquete premium.....	117
Tabla numero 48: Frecuencia de contratación paquete Golden	118
Tabla numero 50: Cálculo de la muestra	121
Tabla numero 51: Competencias	122
Tabla numero 50: Materia prima, paquete Couples love.....	122
Tabla numero 51: Materia prima, paquete Birthday friends	123
Tabla numero 52: Materia prima, paquete Wild feeling	123
Tabla numero 53: Materia prima, paquete Sweet Candy	124
Tabla numero 54: Materia prima, paquete My one and Only	124
Tabla numero 55: Materia prima, paquete Children's day	125
Tabla numero 56: Materia prima, paquete Our anniversary.....	125
Tabla numero 57: Materia prima, paquete Fathers and Mother's Day.....	126
Tabla numero 58: Materia prima, paquete Picnic Celebration.....	126
Tabla numero 59: Materia prima, paquete Luxury wedding.....	127
Tabla numero 60: Resumen de materia prima e insumos.....	127
Tabla numero 61: Proveedores	128
Tabla numero 62: Áreas administrativas	129
Tabla numero 63: Depreciaciones de los activos	129
Tabla numero 64: Inversiones diferidas	130
Tabla numero 65: Amortizaciones de Inversiones diferidas	130
Tabla numero 66: Gastos de adecuación	130

Tabla numero 67: Registro de marca SENADI.....	131
Tabla numero 68: Servicios básicos	131
Tabla numero 69: Calculo de energía eléctrica (D. comercial).....	131
Tabla numero 70: Calculo de valor de energía a pagar	132
Tabla numero 71: Calculo de energía eléctrica (bodega).....	132
Tabla numero 72: Calculo de valor de energía a pagar	132
Tabla numero 73: Perfil del Gerente	133
Tabla numero 74: Perfil del Bodeguero	133
Tabla numero 75: Perfil del Transportista.....	133
Tabla numero 76: Inversiones en capital de operación	134
Tabla numero 77: Plan de inversión.....	134
Tabla numero 78: Financiamiento del proyecto	135
Tabla numero 79: Amortizaciones de crédito bancario.....	135
Tabla numero 80: Balance de situación inicial.....	136
Tabla numero 81: Tasa WACC	136
Tabla numero 82: Calculo del WACC	137
Tabla numero 83: Tasa mínima atractiva de retorno.....	137
Tabla numero 84: Flujo de fondos del proyecto.....	138
Tabla numero 85: TIR/VAN.....	139
Tabla numero 86: Pay Back.....	139
Tabla numero 87: Periodo de recuperación de la inversión	139
Tabla numero 88: Valor por recuperar	140
Tabla numero 89: Punto de equilibrio cantidad.....	140

Tabla numero 90: Punto de equilibrio \$	140
Tabla numero 91: Punto de equilibrio mensual.....	141
Tabla numero 92: Descripción del punto de equilibrio	141

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico numero 1: Localización del proyecto	45
Gráfico numero 2: Vista aérea digital de la edificación	47
Gráfico numero 3: Vista lateral de la edificación.....	48
Gráfico numero 4: Vista de las áreas de la edificación	49
Gráfico numero 5: Vista aérea en formato 3D	50
Gráfico numero 6: Ejemplo de los paquetes de picnics básicos.....	51
Gráfico numero 7: Ejemplo de los paquetes de picnics premium	52
Gráfico numero 8: Ejemplo de los paquetes de picnics Golden.....	53
Gráfico numero 9: Logo de la empresa	57
Gráfico numero 10: Estructura de la inversión.....	70
Gráfico numero 11: Genero de los encuestados	106
Gráfico numero 12: Edad	107
Gráfico numero 13: Salario mensual.....	108
Gráfico numero 14: Consumo del servicio.....	109
Gráfico numero 15: Contratación del servicio	110
Gráfico numero 16: Creación de la empresa	111
Gráfico numero 17: Aspectos relevantes.....	112
Gráfico numero 18: Disposición de pago.....	113
Gráfico numero 19: Paquete de contratación	114
Gráfico numero 20: Disposición en contratar	115
Gráfico numero 21: Frecuencia de contratación paquete básico	116

Gráfico numero 22: Frecuencia de contratación paquete premium.....	117
Gráfico numero 23: Frecuencia de contratación paquete Golden	118
Gráfico numero 25: Punto de equilibrio	142

Resumen

Durante la pandemia mundial se ha visto un gran cambio con los procesos de fiestas en salones de eventos o en ubicaciones con espacios reducidos, por no ser contagiados del COVID-19 y evitar la expansión de este. Durante la pandemia la cantidad de fiestas han sido en espacios abiertos y reduciendo el número de invitados, estas restricciones fueron dadas por el (COE, 2021). Hay que resaltar que hoy en día las celebraciones son optadas por ser al aire libre, en espacios naturales y con un mínimo de invitados, pero también existen empresas que aun así brindan servicios que no cumplen con las medidas de seguridad o que se realizan a fueras de la ciudad en donde no hay autoridades. Mi proyecto pretende satisfacer las necesidades de cada consumidor y sobre todo cumplir con las medidas de bioseguridad, brindando servicio de calidad y un ambiente seguro y se dará a conocer sobre la creación de una empresa de picnics de lujo que consiste en brindar servicios de picnic glamuroso a domicilio y en espacios abiertos, o en la comodidad de su hogar. Vale la pena aclarar que en la actualidad no existe emprendimientos como tal dedicado a picnics de lujo, lo cual significa que plantear este proyecto sería una gran oportunidad para darse a conocer en el cantón El Carmen.

Abstract

During the global pandemic, a great change has been seen with the party processes in event halls or in locations with reduced spaces, for not being infected with COVID-19 and avoiding its expansion. During the pandemic the number of parties have been in open spaces and reducing the number of guests, these restrictions were given by the (COE, 2021) It should be noted that today the celebrations are chosen to be outdoors, in natural spaces and with a minimum of guests, but there are also companies that still provide services that do not comply with security measures or that are carried out outside of the city where there are no authorities. My project aims to satisfy the needs of each consumer and above all comply with biosafety measures, providing quality service and a safe environment and will be revealed about creating a luxury picnic company that consists of providing glamorous picnic services at home and in open spaces, or in the comfort of your home. It is worth clarifying that currently there are no ventures as such dedicated to luxury picnics, which means that raising this project would be a great opportunity to become known in the El Carmen canton.

Introducción

(La Hora, 2007) “El Carmen es uno de los cantones más estratégicos de la provincia, se la denomina: “La puerta de oro de Manabí”, tiene expansión con grandes actividades económicas que hacen que sus habitantes estén bien económicamente permitiendo abrir plazas de trabajo y así mismo la posibilidad de crear negocios con una buena aceptación en el mercado.

Los habitantes por lo general son personas amables, alegres, muy unidos a sus costumbres y tradiciones teniendo a celebrar todo tipo de suceso en sus vidas.

La celebración de una fecha importante ha existido siempre, con la diferencia que en años atrás no se preocupaban tanto por la decoración, por lo que actualmente se han formado nuevas ideas para la decoración e implementación de materiales, ya que con el pasar de los años el negocio de eventos y en general han ido evolucionando en el campo social y se ha mantenido como un éxito nivel mundial.

El presente trabajo tiene como finalidad la creación e implementación de picnics de lujo, que brinde servicios fuera de lo común, a su vez medir el grado de aceptación tiene el proyecto a realizarse, ya que estamos viviendo una pandemia mundial y sobre todos vivimos en un mundo competitivo donde estamos por obligación a innovar cada día, por lo tanto, el compromiso con los clientes es de permitirles realizar sus distintas celebraciones en lugares confortables al aire libre para que deleiten y disfruten de sus celebraciones sin tener ninguna preocupación.

Los picnics de lujo son una nueva estrategia para la celebración de eventos sociales más pequeños y consta de una serie de decoraciones con su respectiva mesa de picnic y utensilios muy exclusivos que son el plus de este servicio y será únicamente alquiler del mismo. Lo innovador es que será a domicilio ya sea en áreas publicas como parques o áreas privadas como restaurantes que se tendrán alianzas.

Un punto clave a utilizar será la demanda que habrá por parte de los habitantes, se ofrecerá productos y servicios de buena calidad y a un buen precio que se ajustarán a su presupuesto, también ofrecer paquetes promocionales para que las diferentes clases sociales puedan disfrutar de nuestro servicio.

Planteamiento del problema

(INEC, 2010) Manabí es una provincia agropecuaria por excelencia que en las dos últimas décadas incorporó otra economía primaria a sus actividades productivas: la piscicultura (que la unió a la pesca tradicional que ya caracterizaba a Manabí). Los datos del último censo económico nos pueden confundir porque si reflexionamos exclusivamente a partir de las urbes (que concentran el 57% de la población) y señala que la provincia de Manabí tiene 17.804 establecimientos comerciales, podemos llegar a sostener, que Manabí es más comercial que agrícola.

El Carmen siendo cantón de Manabí, en años anteriores los habitantes no veían como una escasez de economía por lo que El Carmen se lo conoce por tener pobladores trabajadores, pero en el tema de emprendimiento basados en eventos o restaurantes muestra todo lo contrario a lo que generalmente saben de agricultura o ganadería y esto se debe a la falta de impulso y nuevas estrategias de ingresos económicos para ofrecer nuevos productos y servicios de calidad a los pobladores que en la actualidad están más alineados a tener conocimiento de productos que están en tendencia, como los picnics de lujo que será “A’M livre Picnics de lujo” y tendrá como propuesta de valor ofrecer el servicio a domicilio, lo cual hoy en día con temas de COVID-19 genera más acogida en El Carmen, celebrar algún evento social en cualquier espacio abierto con áreas verdes o algún lugar de preferencia del cliente. Cada picnic tendrá su esencia, ligado con las preferencias de los pobladores con diferente diseño o lugar para así poder satisfacer al cliente.

Justificación

(Constitucion de la Republica del Ecuador , 2008), que es la norma suprema, a la que está sometida toda la legislación ecuatoriana, donde se establecen normas fundamentales que amparan derechos como; el derecho a la recreación, al esparcimiento, al tiempo libre como también los derechos a la naturaleza los cuales se basan en proteger, respetar y preservar un ambiente sano y utilizar los recursos naturales de modo racional, sustentable y sostenible. La cual este proyecto plantea la conservación del medio ambiente ya que no existirá infraestructura que cause impacto en la naturaleza.

En el plan nacional Buen Vivir da a conocer los objetivos relacionados al proyecto que es promover un ambiente sano y sustentable, satisfacer las necesidades de los clientes que deseen tener su tiempo de descanso, tiempo de recreación y sobre todo tener una clase de alojamiento inclinado a la naturaleza. (BUEN VIVIR, 2017 - 2021)

El 2020 ha puesto en jaque a una de las industrias que más se basa en la presencia de las personas y el contacto humano, el turismo de negocios, eventos y reuniones.

(Rabat, 2020) La crisis sanitaria ha influido en los eventos, que se han transformado para implementar nuevas formas de organización con protocolos sanitarios y distanciamiento social. Pero también han surgido nuevas oportunidades con las opciones de celebrar al aire libre y las reuniones virtuales. Este tipo eventos y los seminarios online son una realidad que ha llegado para quedarse. Aunque todos esperamos que en el menor tiempo posible se puedan retomar las ferias y congresos presenciales, siempre que se tengan en cuenta los requisitos higiénico-sanitarios.

Ante esta situación, han surgido nuevas tendencias en la planificación de eventos que proponen hacer frente a esta crisis, renovar el sector y asentar las bases para planificar los eventos del futuro.

La pandemia de COVID-19 ha modelado en gran medida la forma como se deben planificar los eventos en lo que queda de año y en el futuro más próximo. Por lo tanto, las tendencias en esta área están orientadas en mantener las medidas de seguridad sanitaria que se han establecido para frenar el avance de la pandemia y evitar nuevos casos.

Este proyecto busca fortalecer en el turismo puesto que este tipo de servicios invitan a una gran cantidad de turistas o pobladores de cantones vecinos, y que dependientemente el turismo es de temporada alta y baja, para los eventos se pueden realizar en cualquier época del año. Al existir una demanda de turistas, permite el desarrollo de otros sectores turísticos, por tanto, crean un crecimiento económico al cantón.

El proyecto se realizará por la necesidad de atraer clientes de todo público, generando y reactivando fuentes de empleo y sobre todo lograr un crecimiento económico al cantón.

Tradicionalmente los picnics de lujo ha sido una comida informal, sin ninguna decoración formal, simplemente para pasar el rato en espacios abiertos donde se degusta comida ligera. Hoy en día existen hoteles o personas que se dedican a innovar los picnics dando un diseño o decoraciones muy elevadas, con platos exquisitos brindando una mejor experiencia.

Este proyecto para la creación de picnics de lujo en el cantón El Carmen busca incentivar a los habitantes de la zona y a sus alrededores generar esparcimiento en áreas públicas como parques y espacios privados como haciendas, restaurantes con espacios verdes, lo que favorece para la implementación de picnics de lujo, sobre todo por la novedad que es una nueva tendencia y que se considera de lujo, pero conectado con la naturaleza; que no es tan común en la costa ecuatoriana.

Objetivos

Objetivo general

- Desarrollar una propuesta de creación de una empresa de picnics de lujo con innovación de servicio a domicilio y al aire libre en El Carmen, Manabí.

Objetivos específicos

- Establecer los fundamentos teóricos y legales relacionados al emprendimiento de picnics de lujo
- Identificar el segmento de clientes a quienes va dirigida la propuesta, con qué canales de venta pretendemos llegar a ellos y las relaciones que pueden crearse.
- Establecer la propuesta de valor en función a la oferta de los servicios de picnics en la ciudad de El Carmen.
- Identificar los recursos, actividades claves y los posibles socios para picnics de lujo.
- Realizar el análisis económico - financiero para determinar la rentabilidad del proyecto a largo plazo y bajo estos parámetros definir la viabilidad de ejecutar el mismo.

Misión, visión y valores

Misión

Brindar servicios de picnics a domicilio y dar la mejor experiencia en cada evento, que brinde comodidad, seguridad propiciando un ambiente adecuado con decoraciones, nuevas búsquedas y conocimientos para mejoras en los servicios de la empresa y sobre todo cumplir con la satisfacción a los clientes.

Visión

Ser reconocidos en el año 2024 como la mejor empresa dedicada a picnics de lujo dentro de la ciudad y a nivel provincial, compitiendo principalmente con la calidad de los servicios y la atención ante las necesidades del público.

Valores y otros aspectos

- **Responsabilidad:** Responsabilidad en cada entrega a los clientes
- **Pasión:** Trabajar con pasión hace que disfrutes tu trabajo y lo haces con mejor calidad
- **Organización:** Organizarse con tiempos para que se entregue el producto a ofrecer sin problema
- **Respeto:** Garantizamos respeto a todos los clientes sin importar sus creencias, su orientación sexual
- **Integridad:** debemos mantener nuestra integridad en todos nuestros actos.
- **Confianza:** Garantizar confianza y certeza en todo momento.
- **Innovación:** Tener la capacidad de adaptarse al cambio de manera positiva y constructiva, ser orientado a soluciones por cada problema que se presente, y así lograr cada objetivo.

Análisis FODA

Fortalezas

- Buenos ingresos económicos en el cantón
- Variedades de proveedores
- Cercanía de pueblos vecinos con buenos ingresos económicos
- Gran variedad de espacios verdes

Oportunidades

- Alianzas estratégicas con empresas
- Estar en un mercado en crecimiento
- Un cantón muy consumidor por proyectos innovadores
- Ayuda municipal para los emprendedores
- El negocio no será empírico

Debilidades

- Competencias de otras ciudades
- Poca acogida por falta de comercialización
- Falta de conocimiento sobre el mercado
- Rechazo o falta de proveedores

Amenazas

- La situación económica actual
- Cambios en las necesidades y gustos por los consumidores

- Cambio de clima
- Brote de insectos por cambio de temporada
- Nuevo rebrote de COVID-19

CAPÍTULO I

Marco referencial

(Schnarch, 2014) dijo “El emprendimiento es un término últimamente muy utilizado en todo el mundo y, aunque siempre ha estado presente a lo largo de la historia de la humanidad, en las últimas décadas, este concepto se ha vuelto más importante porque se piensa que la innovación, el aprovechamiento de oportunidades, la generación de valor y la creación de nuevas fuentes de empleo, con más y mejores empresas favorece el desarrollo y ayuda a superar los constantes y crecientes problemas económicos”.

Una empresa es una organización de personas y recursos que buscan la consecución de un beneficio económico con el desarrollo de una actividad en particular. Esta unidad productiva puede contar con una sola persona y debe buscar el lucro y alcanzar una serie de objetivos marcados en su formación. (Galan, 2015)

(Real Academia , 2015) La palabra Picnic es un sustantivo del inglés y recién se ha incorporado al Diccionario de la Real Academia Española como Pícnic (con acento en la primera "i").

Según la RAE la palabra viene del ingl. picnic, y este del fr. pique-nique.

1. m. Excursión que se hace para comer o merendar sentados en el campo.
2. m. Comida campestre.

Tepee: o Tipi (Tipi , 2020) tipi, que significa «hogar» o «lugar para vivir» en la lengua de los indios Dakota; estaban fabricados con pieles curtidas de animales, generalmente del búfalo, bisonte, alce o antílope; y con palos de madera generalmente de pino, ya que eran los que más abundaban en las colinas y en los valles de las Montañas Rocosas.

Las mujeres eran quienes armaban y trasladaban las viviendas. Elegían la localización y organizaban la disposición del poblado. Al ser viviendas “portátiles”, generalmente podían armarse y desarmarse en una o dos horas, con lo que facilitaban sus desplazamientos nómadas.

Actualmente, los teepes han cambiado un poco su forma y mucho su uso; ya no se utilizan para cubrirse del clima, ni como casa desmontable para recorrer grandes distancias en busca de un nuevo territorio para vivir. En la actualidad son muy populares en la moda del glamping hay teepes románticos para disfrutar en pareja, teepes para acampar, etc.

Historia del picnic

(Historia del Picnic, 2021) Parece ser que apareció hacia 1694 en el idioma francés, como «piquenique» (pique de «picotear» y nique de «pequeñez»). Así, la expresión «repas a piquenique»; es decir, «comer un piquenique» fue utilizada para definir una comida informal. Del francés pasó al inglés y de ahí se universalizó. El concepto de picnic mantuvo durante mucho tiempo la connotación de una comida a la que todos contribuían con algo. Así también la recoge el español; de hecho, la Real Academia de la Lengua Española la incluye en su diccionario, aunque acentuada en la primera “i”. En síntesis, diríamos que “pícnic”, en su concepción más amplia significa: una comida en el campo donde todos aportan algo.

Y aunque la palabra lleva unos 300 años en el lenguaje universal, la actividad a la que hace referencia es tan antigua como el género humano. Hay recordar que, en la época del hombre de las cavernas, después de una ardua jornada de cacería, la tribu se congregaba alrededor de una hoguera donde asaban la carne de la caza del día; ese espacio servía para descansar, relajarse, comentar las incidencias del día y prepararse para despachar un festín preparado a las brasas. Desde entonces, la carne asada ha oído tan bien como ahora, y desde entonces, la comida en el campo, rodeados de amigos ha sido un momento especial.

El picnic es una tradición que se remonta a la Antigüedad, algo que sabemos gracias a Virgilio y sus Bucólicas. En la Edad Media, tanto los campesinos como los nobles durante sus viajes comían al aire libre. En el siglo XVIII, el picnic era cosa de aristócratas y en el XIX entra en un contexto de vuelta a la naturaleza, promovido por escritores como Zola o Maupassant y retratado por los impresionistas, como Manet y Monet.

Ya en el siglo XVIII, hacia el año 1748, la palabra llegó a Inglaterra como «picnic» y aparece en una carta del Conde de Chesterfield, Philip Stanhope, hasta que en 1800 su uso se generaliza en lengua inglesa.

En el siglo XIX, las mujeres de Londres establecieron una sociedad con el nombre «Sociedad Picnic,» en la que sus socios exhibían sus platos especiales para compartirlos con todos y también para dar a conocer sus habilidades en la cocina.

El pícnic fue común en Francia después de la Revolución Francesa, cuando personas comunes y corrientes se reunían en los parques reales del país. En los siglos XVIII y XIX, los pícnicos eran elaborados eventos sociales, con comidas complejas y bebidas sofisticadas que a veces llevaban días para prepararse.

Actualmente, en diversos países, el pícnic tiene como base los sándwiches, frutas, galletas, verduras o cualquier alimento liviano y fácil de transportar, tradicionalmente en una canasta de madera o mimbre. También es usual incluir embutidos (chorizo, quesos, jamón) y puede ser acompañado por diversas bebidas como vino, cerveza o bebidas gaseosas. En Francia el pícnic tradicional se basa en vino, queso y pan.

Un elemento que casi por excelencia le da vida a un verdadero picnic, es el mantel o manta. Tradicionalmente es de cuadros rojos y blancos, sin embargo, se puede usar de cualquier diseño, lo importante es que sea el asiento de todos los asistentes al encuentro al aire libre.

Picnic de lujo: Un picnic es una comida informal en un espacio abierto, preferiblemente con una bonita vista panorámica, donde se degusta comida ligera y fácil de transportar, como embutidos, huevos, queso, emparedados y vino o cerveza para acompañarlos. Pero al llamarse “de lujo” se le añade un plus que es más variedad de decoración, como mantelería, cubiertos dorados, velas, cojines, tepees, luces, etc, que dan más exclusividad y hacen que se llame Picnics de lujo.

Plan de negocio: Un plan de negocio es una herramienta de reflexión y trabajo que sirve como punto de partida para un desarrollo empresarial. Lo realiza por escrito una persona

empresaria y en él plasma sus ideas, el modo de llevarlas a cabo e indica los objetivos que alcanzar y las estrategias que utilizar. Consiste en redactar, con método y orden, los pensamientos que tiene en la cabeza. Mediante el plan de negocio se evalúa la calidad del negocio en sí. (Velazco, 2007)

Análisis de mercado: Un análisis de mercado es una evaluación que te permite determinar el tamaño de un mercado particular en tu industria e identificar factores como el valor del mercado, segmentación de clientes, identificar sus hábitos de compra, conocer a la competencia, el entorno económico, las tendencias actuales, las regulaciones legales y culturales y muchos factores más. (Question Pro , 2020)

Plan financiero: El plan financiero es un documento que sirve para calcular los gastos de un negocio y verificar la rentabilidad de operar. También funciona para observar cuánto tiempo tomará alcanzar las metas económicas establecidas.

Este plan debe contener las previsiones en ventas, los métodos de financiamiento, gastos fijos, impuestos y cargas fiscales, así como los resultados que se obtienen mes con mes o año con año. Incluso este documento sirve para buscar inversionistas ya que muestra cuánto vale la empresa y lo que podría alcanzar a valer en determinado tiempo.

Una de las características por las que el plan financiero es útil para los pequeños y medianos negocios es que debe incluir una proyección estimada de ventas. La cual fija o desencadena estrategias que se deben aplicar para que el negocio continúe creciendo. (Konfio , 2019)

Fuentes de financiación: (CEUPE) Existen diversos productos con los que la empresa puede financiar tanto su activo como su funcionamiento diario. La óptima utilización de dichos productos incide, de forma muy importante, en la rentabilidad del negocio, por lo que es interesante conocer las características, ventajas e inconvenientes, de las diversas formas de financiación. A detalle los productos más utilizados por pequeña y mediana empresa.

1. Préstamo
2. Financiación de circulante:

- Líneas de crédito
 - Descuento comercial
3. Arrendamiento financiero:
- Leasing
 - Renting
4. Factoring
5. Confirming
6. Otras fuentes de financiación
- Capital riesgo
 - Garantía recíproca

Como generar un negocio (emprendimiento) en plan Ecuador

Emprender un negocio puede parecer difícil, pero no es imposible. Se requiere de ciertos pasos para materializar una idea y sobre todo de voluntad. Así lo afirma (Frias, 2018), docente de la carrera de emprendimiento de la Universidad Católica de Guayaquil, quien sostiene que se necesita de mucha fuerza interna para seguir en pie durante todo el proceso y soportar las equivocaciones.

Con esto concuerda (Maldonado, 2018), director del Club de Emprendedores, quien asegura que la dificultad radica en “hacerlo bien” y para esto es esencial emplear una serie de procedimientos antes de lanzarse al mercado con el nuevo negocio.

1. Explorar: Maldonado indica que el primer error que comete una persona es no realizar una exploración adecuada de las necesidades y problemas reales que existen en el lugar donde se desea emprender. Aconseja observar el mercado con paciencia y detectar lo que busca el cliente para satisfacer esa necesidad.

2. Modelo de negocio: El especialista Maldonado señala que conocer los gustos y requerimientos del cliente dará una noción clara de si el negocio pensado es el adecuado o

no, o cuál sería la mejor la opción. Además, si es que el emprendimiento va por buen camino.

Por ejemplo, mostrarle a un grupo de personas el producto/servicio ya sea por video, dando a degustar o en una maqueta. Asimismo, sugiere consultar qué precio estaría dispuesto a pagar el cliente y de qué manera.

Adicionalmente, aconseja emplear la red social Facebook y realizar búsquedas por edad, región, producto, servicio.

Ambos especialistas recomiendan aprovechar los sitios webs y redes sociales que no tienen costo para alimentar el emprendimiento.

3. Plan de negocio: Consiste en hacer un documento breve, claro y conciso con la información más relevante receptada de los puntos anteriores, donde se analizará con más detalle la idea de negocio, los recursos a emplear, entre otros.

De acuerdo con Maldonado aquí se pueden identificar hasta los obstáculos a los cuales se puede enfrentar y las herramientas para superarlos.

Una vez realizados estos tres puntos, se puede emprender el negocio porque existe claridad en lo que se quiere y para ello es necesaria la planificación, donde existe la toma de decisiones, un proceso de previsión, visualización (representación del futuro deseado) y de predeterminación.

Maldonado y Frías sugieren tener en cuenta y aplicar todo el proceso de planificación que conlleva emprender un negocio para lograr que surja en el mercado.

Estos son los puntos:

1. Conocer la clase de emprendimiento: Los expertos señalan que en el país existen dos formas de emprender: por necesidad y oportunidad. Consideran que es fundamental saber en cuál de los dos se enfoca el anhelado negocio, pues esto puede determinar el tiempo de este.

Si usted emprende para pagar deudas o por una urgencia familiar, se trata de una clase de necesidad, que, a criterio de Frías, estos se suelen enfocar en pequeños negocios ambulantes o de poco valor agregado. Pero, cuando surge una idea sin buscarla, según Maldonado es por oportunidad. “Aquí vas desarrollando un plan, analizas más factores”, expresa.

Por eso, conocer el motivo de emprender le dará una visión de si su negocio es temporal o no.

Estos dos tipos forman parte del 33,6% de la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA), donde el país obtuvo el valor más alto de la región en 2015, según cifras del estudio Global Entrepreneurship Monitor Ecuador, realizado por la Escuela Superior Politécnica del Litoral (Espae).

A escala regional, los datos del GEM señalan que a Ecuador le siguen en actividad emprendedora Chile y Colombia.

2. Capacitación: Tener conocimiento sobre el tema es esencial. Frías indica que existen muchas vías para aprender y así evitar cometer errores. Por ejemplo: estudiar una carrera.

Otra de las opciones es leer libros y estudiar cursos online o también se puede buscar asesorías.

3. Financiamiento: Los expertos locales y Shelly Cohen, jefe de Desarrollo Comercial para Wix Stores, señalan que el financiamiento puede ser propio, familiar o a través de créditos. El primero, por ahorros generados del trabajo. El segundo, en el caso que existan familiares que apoyen la iniciativa. Y el tercero, por créditos estatales en instituciones como BanEcuador donde ofrece préstamos de \$500 a \$50.000 y la Corporación Financiera Nacional (CFN) desde 50 mil dólares; o también en empresas privadas, cuya tasa de interés dependerá del monto solicitado.

Frías indica que no necesariamente debe escogerse una sola forma de financiamiento, sino que pueden mezclarse para que haya un balance.

4. Emprender solo o en compañía: Si la persona decide emprender en solitario, el control absoluto será de un solo individuo, asimismo con la rendición de cuentas. Mientras que si la inversión es plural hay más intercambios de ideas.

Maldonado y Frías resaltan que hacerlo solo tiene la ventaja de ser el único dueño y tener conocimiento de todo, pero la desventaja es que es una labor ardua.

En cambio, con más personas se divide la carga, pero no siempre se puede controlar el rumbo del negocio.

Aconsejan formalizar acuerdos y especificar el porcentaje de participación accionaria.

5. Logo: La marca es uno de los elementos del negocio, es indispensable realizarlo bien.

Sugiere buscar asesoramiento en empresas de publicidad, leer sobre el tema en internet o buscar profesionales en universidades.

De su lado, el catedrático Frías indica que un paso que no se debe olvidar es registrarlo en el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (IEPI), para que así la marca esté protegida.

6. Conexión con audiencia: Este paso se da cuando el emprendimiento ya está en marcha. Si el negocio tiene página web, blog o redes sociales, mantener el contacto con el cliente es esencial. Ya sea para sugerencias, dudas o reclamos que el usuario haga y desean que sean contestadas.

Los especialistas enfatizan que el buen trato ayuda indiscutiblemente crecer el negocio, por eso para emprender es necesario observar, ser creativos, pacientes y auto educarse.

Estudio del mercado

(Sanchez, 2015) “Un estudio de mercado es una iniciativa elaborada dentro de las estrategias de marketing que realizan las empresas cuando pretenden estudiar y conocer una actividad económica en concreto. En otras palabras, es una investigación utilizada por diversos ramos de la industria para garantizar la toma de decisiones y entender mejor el panorama comercial al que se enfrentan al momento de realizar sus operaciones.

Dentro del proceso de picnics de lujo y ante la ausencia de este tipo de servicios se hace conocer la percepción de las personas en cuanto al desarrollo de este emprendimiento y con esto se dará conocer el estudio del mercado identificando sobre los tipos de consumidores, sus preferencias, la competencia, expectativas de acuerdo al producto o servicio a ofrecer, una evaluación de factibilidad financiera para la inversión final, precios de los productos y servicios y el modo de comunicación para el marketing.

Los principales objetivos del estudio del mercado son:

- Conocer la demanda, los consumidores y competencia
- Determinar precios de paquetes y transporte
- Establecer medios de comunicación, publicidad.
- Establecer estrategias para promocionar los servicios que se ofrece

La importancia del estudio de mercado se obtiene a futuro una visión más clara de lo que nuestro público objetivo realmente busca. Con la información se podrá ajustar el producto o servicio a las necesidades que tengan y así poder satisfacer y cumplir con las expectativas de los consumidores, ofreciendo además algún extra o plus para hacer diferencia con respecto a la competencia.

Demanda

Los picnics de lujo están dirigidos a amantes del picnic combinado con el glamour y sobre todo si es con el contacto a la naturaleza, es por esto que nuestra demanda está constituida por el volumen de bienes o servicios que el consumidor podría adquirir, además que existe varios emprendimientos, pero no de esta categoría y esto da más demanda para este proyecto.

Perfil del consumidor

Tabla numero 1: Perfil del consumidor

PERFIL DEL CONSUMIDOR	
ESTATUS ECONOMICO	Clase media / alta
EDAD	+18
OCUPACION	Sin distinción
NACIONALIDAD	Sin distinción

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Angie Mora

Oferta

Empezando de que ofreceremos picnics en combinación con glamur, podemos tomar en consideración toda aquella competencia que ofrecen los mismos servicios, pero que en su mayoría no ofrecen igual ni con calidad. Muchos de estos lugares han sido lanzados de manera empírica ya que en el mundo se vuelve una tendencia y lo ven rentable. La idea de picnics de lujo que se plantea se dará a cabo en el cantón El Carmen con un local destinado como bodega para los materiales de picnics y oficina administrativa. En cuanto a los picnics serán establecidos dependiendo la preferencia del cliente y estos serán transportados a domicilio.

Competencia

Tabla numero 2: Competencia Era catering eventos

Ubicación	El Carmen
Tipos de picnic	Cumpleaños, aniversario
Amoblado	Si
Otras áreas a ofrecer	comida/catering
Exclusivo para todo publico	Si
Precio	\$150

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Angie Mora

Tabla numero 3: Competencia Meri Eventos

Ubicación	El Carmen
Tipos de picnic	Cumpleaños
Amoblado	Si
Otras áreas para ofrecer	no
Exclusivo para todo publico	Si
Precio	\$130

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Angie Mora

Requisitos para iniciar un negocio en el cantón El Carmen

Permiso de funcionamiento (GAD municipal El Carmen) para lugares públicos

Estos permisos se obtienen para mantener la competencia de establecimientos y su localización. A esta entidad se le deberá pagar anualmente según el capital social de la empresa. Para obtener este permiso se necesita de:

- Copia de cedula
- Llenar formularios para emitir patente
- Inspección previa

Patente Municipal

La patente municipal es un requisito indispensable para cumplir para quienes ejercen actividades económicas, es un tributo que se paga anualmente.

Requisitos Obligatorios:

- Contar con la clave municipal
- Registro Único de Contribuyentes
- Llenar formulario/solicitud

Servicio de Rentas Internas – RUC

Este registro se lo obtiene en el SRI, el cual permite identificar al establecimiento para su pago del Impuesto a la Renta y el Impuesto al Valor Agregado.

Sus requisitos son:

- Copia de la carta de agua, luz, teléfono
- Copia de la cédula
- Ubicación del establecimiento
- Teléfono

Permiso de funcionamiento - Bomberos

El permiso de funcionamiento es la autorización que el cuerpo de Bomberos emite a todo local para su funcionamiento y que se enmarca en la actividad.

Para obtener el permiso de funcionamiento, debe presentar al cuerpo de bomberos la siguiente documentación:

- Solicitud de inspección del local
- Informe favorable de la inspección
- Copia del RUC

Registro de marca SENADI

El trámite de Registro de Marcas de Productos y Servicios único para personas naturales y jurídicas sean nacionales o extranjeras está orientado al registro de una marca que sea signo suficientemente distintivo y susceptible de representación gráfica.

Requisitos obligatorios

1. Solicitud de Registro de Signos Distintivos.
2. Comprobante de pago de tasa.
3. Etiqueta en Digital (Formato JPG de 5X5 cm.)

Requisitos Especiales:

1. Certificado Financiero para descuento

2. Poder o nombramiento otorgando representación legal para presentación del trámite
3. Documento de Prioridad

Modelo de negocios CANVAS

(Alcalde, 2017) El modelo canvas es la herramienta para analizar y crear modelos de negocio de forma simplificada. Se visualiza de manera global en un lienzo dividido en los principales aspectos que involucran al negocio y gira entorno a la propuesta de valor que se ofrece.

Se utiliza para pasar de idea a proyecto y plasmar nuestra idea en un modelo empresarial. Es un modelo “vivo”, es decir, que va modificando según se va desarrollando, va validando clientes, surgen nuevas ideas, por eso se utilizan *post-its* para completarlo.

Segmentación de clientes: detecta las necesidades del mercado, del cliente. Nuestro foco siempre es el cliente y debemos orientar el producto a sus necesidades y deseos. Para poder identificar a nuestro cliente debemos ponernos en su piel y analizar qué es lo que piensa, siente, ve, escucha, cuáles son sus problemas y los beneficios que le puede aportar nuestro producto/servicio.

Propuesta de valor: Es la pieza clave de todo el modelo de negocio. La propuesta de valor o ventaja competitiva es el motivo por el que el cliente nos va a comprar a nosotros y no a otro. Aquí se incluye lo que hace diferente e innovador a nuestro producto/servicio. Se puede innovar en diferentes aspectos como en el modelo de ingresos, alianzas empresariales, procesos productivos, entrega del producto/servicio, marca...

Canales: Una vez definidos los clientes y la propuesta de valor que les ofrecemos, se debe llegar a ellos. Si no nos conocen, no nos van a comprar. Aquí se define los canales de distribución del producto o servicio.

Relación con los clientes: Se debe comunicar correctamente con los clientes y estar pendiente de ellos. Son nuestro eje central, por lo que saber definir la relación que se va a tener con cada segmento de clientes, es fundamental para el éxito de un negocio.

Flujo de ingresos: Para que un negocio sea rentable y se pueda sobrevivir en el mercado, se debe pensar ¿Cómo monetizarlo? Es decir ¿De dónde se obtendrá la facturación?

Recursos clave: Conocer qué recursos cuenta y con los que se debe contar para llevar a cabo la actividad del negocio, es clave a la hora de establecer el plan de negocios. Se debe de ser cautos y prudentes a la hora de definir estos recursos. Siempre hay que pensar en la forma de optimizarlos, es decir, intentar conseguir la máxima productividad posible al mínimo coste.

Actividades clave: Para llevar a cabo la propuesta de valor que se quiere ofrecer a los clientes, son necesarias algunas actividades para preparar el producto antes de que llegue al mercado. Es decir, aquí se conocerá si el negocio será rentable.

Aliados clave: Para llevar a cabo un negocio, es imprescindible tener aliados. Estos aliados pueden ser;

Una serie de socios/colaboradores: una buena red de partners pueden ayudar a llegar más rápido al cliente, a ir avalados por su reputación y experiencia.

Los proveedores: aquellos que proporcionan los recursos clave para poder ofrecer los servicios/producto final.

Estructura de costes: Evidentemente, toda esta infraestructura tiene unos costes que se debe pagar y optimizar, definir cuáles son nuestras prioridades y los gastos fundamentales en el negocio de aquellos que no lo son.

Tener bien clara esta estructura ayudará a no desviarse de los presupuestos y que el negocio fracase por problemas de financiación.

Por lo antes expuesto voy a mostrar mi negocio en el siguiente lienzo:

CAPÍTULO II

Modelo de negocios

Tabla numero 4: Lienzo Canva

Luxury Picnic en El Carmen, Manabí	8. SOCIOS CLAVES -Almacén Castro - Coral Hipermercados -Alianzas estratégicas con Haciendas (San Felipe), Restaurante (CAJUF) y Rancho San Fernando	7. ACTIVIDADES CLAVES -Paquetes para cada ocasión (cumpleaños, aniversario, etc.) -Promociones por días festivos (San Valentín)	1. PROPUESTA DE VALOR -Servicios de picnics con diseños glamurosos e innovadores, con calidad de servicio y atención personalizada. -Picnics a domicilio en cualquier espacio abierto con áreas verdes y ambiente tranquilo, y precios accesibles.	4. RELACIÓN CON CLIENTES -Trato amigable -Acceso a restaurantes, ranchos o haciendas para mejor comodidad -Solución de problemas internos o externos	2. SEGMENTO DE CLIENTES -Dirigido a trabajadores del municipio El Carmen -Profesores y dirigentes del colegio Liceo Cristiano Israel y el Colegio Nacional El Carmen -Trabajadores y gerentes de fábrica de chifles “Yonyum”
	9. ESTRUCTURA DE COSTES -Materia prima -Publicidad -Mantenimiento -Pago al personal	6. RECURSOS CLAVES -Transporte a domicilio -Personal capacitado -Marketing		3. CANALES -Página web -Redes sociales -Recomendación de clientes -E-mail	
5. FUENTES DE INGRESO Paquete básico \$60 Paquete premium \$80 Paquete Golden \$100 Pago: efectivo, transferencias, depósitos					

*Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Angie Mora*

Segmentación de clientes

Con el objetivo de caracterizar nuestra segmentación e identificar las principales necesidades, deseos y preferencias de los posibles consumidores, se optó por aplicar una encuesta dirigida a trabajadores del municipio de El Carmen, profesores y dirigentes del colegio Liceo Cristiano Israel, Colegio Nacional y a trabajadores y gerentes de fábrica de chifles “Yonyum”. Las cifras para el cálculo de la muestra corresponden únicamente a datos consultados en dichos establecimientos.

La manera más apropiada para calcular la muestra es por medio de GoogleForms, donde nos detalla el número de individuos que han contestado la encuesta y después se le aplica la fórmula de población finita. Lo cual dio como resultado un total de **375** personas a encuestar, para después realizar las tabulaciones y análisis de cada una.

Según datos obtenidos, el 66% de las personas encuestadas nos reflejan que está totalmente de acuerdo en que se cree una empresa de picnics de lujo en el cantón El Carmen. También, en las encuestas mostraron que los encuestados son mayores de 18 años, que con sus respuestas ayudaran a determinar el grado de consumo de los picnics de lujo.

La segmentación de clientes permite conocer quiénes serán los posibles consumidores del servicio o producto, permite conocerlos de manera geográfica, demográfica, además de gustos y preferencias.

Este punto del modelo de negocios responde a las siguientes interrogantes:

¿Quiénes son tus clientes?

Según los resultados de las encuestas realizadas hay una gran oferta para la contratación de los picnics de lujo, el cual el mercado está en movimiento.

Asimismo, se obtuvo información en relación con la segmentación de los clientes que el 55% de la muestra indica que la mayoría de los encuestados son del sexo femenino, que se toma como prioridad debido a que las mujeres son más propensas a organizar o brindar eventos.

Segmentación de la competencia

Con el objetivo de caracterizar nuestra segmentación e identificar las principales necesidades, preferencias y mejoras de la competencia que existen dentro del cantón.

Se optó por aplicar dos entrevistas a propietarios de emprendimientos de picnics de lujo

La segmentación de la competencia permite conocer datos relevantes como precios, modo de trabajos, los ingresos que tienen, etc. Esto permite conocer de manera global sobre este servicio.

Este punto del modelo de negocios responde a las siguientes interrogantes:

¿Quiénes son tu competencia?

Gerentes propietarias de picnics de lujo, que ofrecen similitudes al emprendimiento

Demanda histórica, actual y proyectada

La demanda histórica para negocios de organización de eventos sociales podemos conocer que en el 2015 hay datos que nos brinda el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) que operaban en el país 2 087 empresas de catering y 680 de organización, gestión de eventos sociales y corporativos y estos en conjunto, generaron 233 millones al año y sobre todo género 9 068 empleos.

En la actualidad a lo largo del 2021 con algunas empresas de eventos ha incrementado a un 40% con los eventos sociales y corporativos, pero no ha sido un gran incremento por temas de COVID-19 por lo que los consumidores solo optan por celebrar en sus hogares, pero dando consumos al catering.

En cuanto a la demanda proyectada a este tipo de empresas ira aumentando en cuanto a la innovación, como empresas que brindan sus productos o servicios en espacios más amplios, y dan prioridad a las medidas de seguridad. Y hay que dar a conocer que tiene un comportamiento creciente dentro del mercado de acuerdo con la tasa anual.

Análisis de la oferta

Empezando que se ofrecerá picnics en combinación con glamour, se tomara en consideración toda aquella competencia que ofrecen los mismos servicios, pero que en su mayoría no ofrecen la mejor calidad.

Muchos de estos lugares han sido lanzados de manera empírica ya que se vuelve una tendencia y lo ven rentable.

Canales: Cuando se habla de canales para los clientes, lo que el modelo pretende es establecer la forma en cómo estos podrán tener acceso a la propuesta de valor.

Para ello se establecerán 3 diferentes canales de difusión:

Redes Sociales: Este canal está pensado para gestionar servicios, considerándolo importante tenerlo disponible para el cliente, dado que su uso está enfocado en informar constantemente al cliente en cuanto a noticias, novedades o información relevante para los clientes, además de que es la principal fuente de información del público al cual se estará dirigiendo.

Página web: Busca facilitar al cliente toda la gestión de servicios e información de manera online, como: historia de la empresa, plataforma de reservas, pagos, inquietudes, contactos, en sí, información completa de los servicios.

Mailing: Será la publicidad directa que se le enviará a los contactos que se tendrá en una base de datos. Estos correos contienen información sobre novedades de la empresa, promociones y descuentos con el fin de estimular la relación con los clientes, fidelizarlos y así aumentar las ventas.

Relación con los clientes

En este punto el modelo de negocios adquiere relevancia, puesto que todo el trabajo debe tornar a la relación y la forma como el establecimiento tendrá interacción con los clientes, para ello el modelo de negocio establece que el cliente sienta que a través de los canales pueda acceder y mantener un contacto permanente, que se sienta representado y en una relación constante.

Se buscará fidelizar al cliente a través de dos iniciativas:

En primer lugar, se estimará desarrollar nuevas estrategias que estén acordes a satisfacer las necesidades del cliente tanto interno como externo; desarrollando, cambiando diseños, agregando nuevas decoraciones y así brindar servicios de excelente calidad, brindando innovaciones en el mercado.

En segundo lugar, mantener abiertos los distintos canales de comunicación con el cliente (actividades grupales de feedback, encuestas, correo electrónico, disponibilidad para agendar reuniones, conversaciones informales, etc.) de manera que los clientes sientan apoyo y confianza. Además, esta manera de desarrollar la relación con los clientes permitirá estar al tanto de las necesidades de los consumidores y tendencias que pueden tomar lugar, así es posible incorporar esa información.

Según estas dos iniciativas, se buscará lograr una alta satisfacción del cliente y que siga utilizando los servicios ofrecidos.

Propuesta de valor

Las propuestas de valor son uno de los pilares del modelo de negocio, por lo que las propuestas que surgen en esta fase son los componentes claves de las cuales se desarrolla el modelo de negocio.

En el caso de A'M Picnics de lujo, esta iniciativa se centrará en todo el desarrollo que se llevará a la prestación de estos servicios de alquiler.

Localización

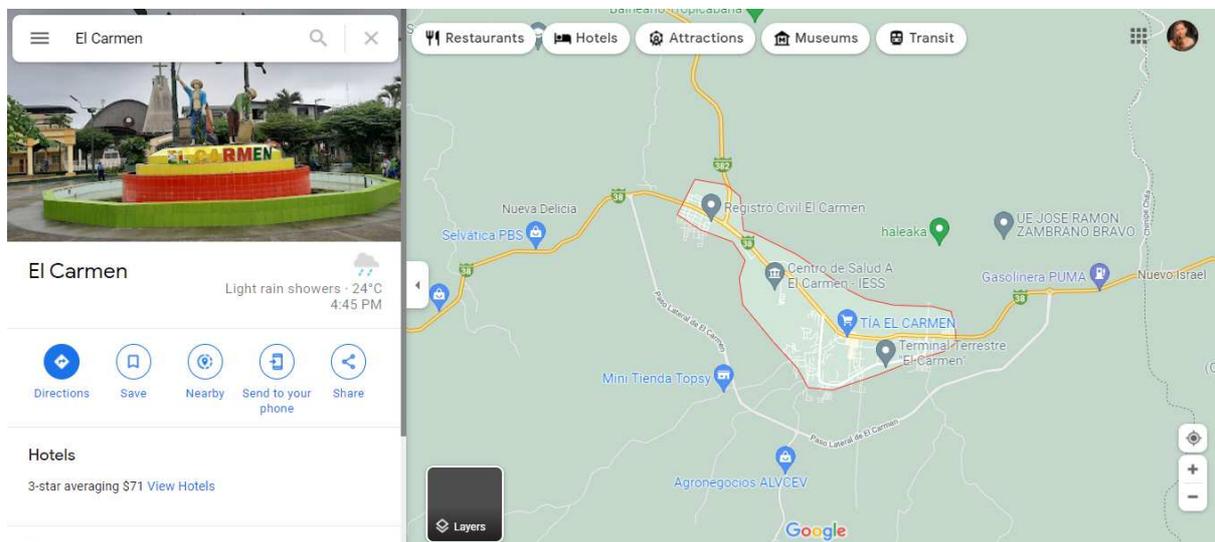
Basados en los estudios realizados, se determinó que:

Macro: Será en el país Ecuador, la región Costa y finalmente se escogió la provincia de Manabí como sitio ideal.

Micro: Localización de “A'M livre picnics de lujo” estará ubicado en el cantón El Carmen, parte céntrica del cantón.

Lo positivo de la ubicación de picnics de lujo es que se encontrará en la vía principal donde será parte visible por los habitantes.

Gráfico numero 1: Localización del proyecto



*Fuente: GoogleMaps
Elaborado por: Angie Mora*

Descripción del producto/servicio

Picnics de lujo A'M livre

Esta empresa como nueva opción de brindar servicios de celebración, bajo los conceptos de calidad, seguridad, bioseguridad, llega Luxury picnic, un espacio donde se vivirá las mejores experiencias de celebraciones sociales.

Picnics de lujo ofrecerá innovadores servicios tomando en cuenta las necesidades de los clientes, como ser adecuado en espacios al aire libre o hasta en su propio hogar aprovechando cada espacio, también tomando en cuenta una gama de adornos y mantelería para los gustos de los clientes.

El servicio de calidad no solo estará presente en lo material sino también en lo intangible, mostrando la atención necesaria hacia el cliente.

La seguridad estará presente tomando en cuenta las medidas de seguridad contra el COVID-19

Considerando que los picnics serán en espacios libres y con estilos diferentes también tendrá un local que estará dividido por la parte administrativa del local y la parte de bodega donde estará almacenado los implementos de los picnics.

Comenzando desde la parte exterior del local, tendrá una fachada clásica con una puerta pintoresca que atraerá a los clientes.

Gráfico numero 2: Vista aérea digital de la edificación



Fuente: Floorplanner
Elaborado por: Angie Mora

Gráfico numero 3: Vista lateral de la edificación



Fuente: Floorplanner
Elaborado por: Angie Mora

Distribución de la edificación

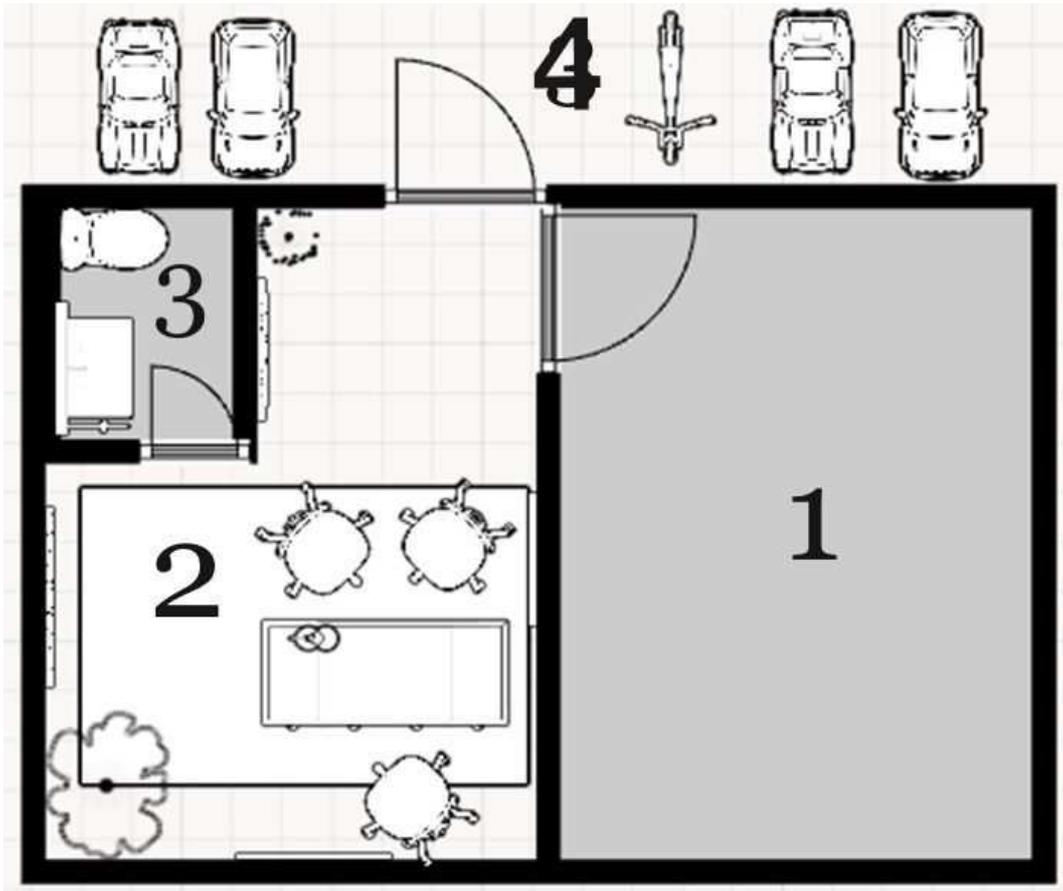
A'M livre Picnics de lujo, dispondrá de un local de un solo piso, que se distribuirá de la siguiente manera:

En la parte interna estará conformado por dos áreas:

El área de bodega que será exclusivamente para guardar los implementos de los paquetes de picnics contará con un teléfono alámbrico y una computadora

El área oficina administrativa donde se recibirá a los clientes con un ambiente tropical moderno, contará con aire acondicionado, teléfono, dispensador de agua, computadora, impresora, su respectivo escritorio con 3 sillas. Tendrá un pequeño espacio de aseo, con baño y lavamanos. Y contará con un parqueadero en la parte frontal.

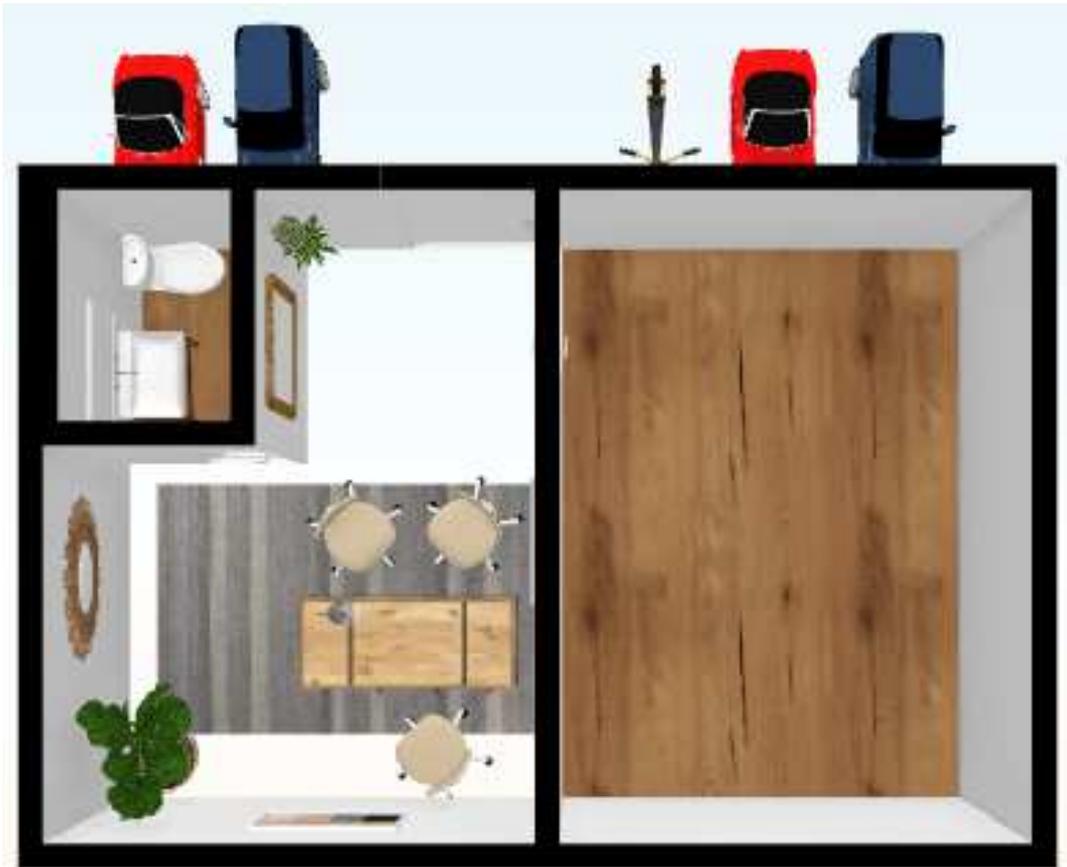
Gráfico número 4: Vista de las áreas de la edificación



Fuente: Floorplanner
Elaborado por: Angie Mora

1. Bodega
2. Oficina administrativa
3. Baño
4. Parqueadero

Gráfico numero 5: Vista aérea en formato 3D



Fuente: Floorplanner
Elaborado por: Angie Mora

A continuación, algunos ejemplos de los paquetes de picnics que se ofrecerá en A'M picnics de lujo

Gráfico numero 6: Ejemplo de los paquetes de picnics básicos



Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Angie Mora

Gráfico número 7: Ejemplo de los paquetes de picnics premium



*Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Angie Mora*

Gráfico numero 8: Ejemplo de los paquetes de picnics Golden



Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Angie Mora

Tipos de picnics

Tabla numero 5: Tipos de picnics

Tipos de picnics	Tipos de picnics	Precio
Básico	Couples love	60\$
	Birthday's Friends	
	Wild feeling	
	Sweet love	
	My one and only	
Premium	Children's day	80\$
	Our anniversary	
	Fathers and Mother's Day	
Golden	Picnic Celebration	100\$
	Luxury wedding	

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Angie Mora

Picnics básicos

Como su nombre mismo lo dice, tendrá un diseño básico, adecuado para 2 o 3 personas, con un mínimo de decoraciones, tapete, cojines, canasta de picnic, mantelería, y adornos. Los nombres de los picnics serán los siguientes con su respectiva descripción.

Couples love: Estará destinado para parejas de novios que celebren fechas especiales

Birthday's friends: Sera con la finalidad de celebrar cumpleaños entre amigos

Wild feeling: No es necesario tener una fecha especial para tener un picnic, solo con pasar el rato con amigos o en pareja.

Sweet candy: Destinado para sesiones de fotos de niños o para la espera de un bebe

My one and only: Nada más romántico que una pedida de mano con una hermosa decoración de picnic

Picnics Premium

Estos tipos de picnics está dedicado para un numero promedio de clientes, por lo que esta adecuado para 4 o 6 personas, contara con variedades de decoraciones como mesa pale, tapete, cojines, mantelería, utensilios, y adornos. Los nombres de los picnics serán los siguientes con su respectiva descripción.

Children's day: Nada más hermoso que celebrar el día del niño entre amiguitos, con decoraciones de picnic muy especial.

Our anniversary: Los aniversarios también son celebrados en familia y nada mejor con un buen picnic

Fathers and Mothers day: Los padres también se celebran y nada mejor en su día especial.

Picnics Golden

Este tipo de picnic será acogido para un número más alto de personas; de 8 a 10 personas, especialmente para familias y contará con una variedad más amplia de decoraciones como, tapete, cojines, mesa pale, mantelería, utensilios, adornos, canasta, tepees y luces.

Cada picnic contara con decoraciones de cada paquete, pero es decisión del cliente agregar algún producto plus que estemos ofreciendo, con el fin de satisfacer las necesidades del cliente.

Los nombres de los picnics serán los siguientes con su respectiva descripción.

Picnic Celebration: Existen celebraciones más en familia, ya sea de cumpleaños, días festivos, etc que especialmente será dedicado para un número de personas más grandes.

Luxury wedding: Las bodas también será nuestra especialidad, pero para un número de personas definido.

Recursos claves

Recursos humanos

El personal que labore en A'M livre luxury picnics será de suma importancia, ya que de ellos dependerá entregar los servicios e información directamente a los clientes de la manera más satisfactoria posible, hacer sentir cómodo a los clientes y atender sus necesidades.

El equipo laboral estará formado por un gerente administrador que será encargado de las ventas, de nuevas alianzas, costos y administración del negocio, un bodeguero que ayudara a gestionar y ordenar los materiales que serán utilizados en el alquiler de los picnics y un transportista que se encargara del montaje y desmontaje de los picnics para brindar un buen estado los materiales y que estén excelentes condiciones.

Se pretenderá formar equipo con características en común de acuerdo con lo que la empresa busca brindar.

Dentro los factores que influirán en destacar son:

- Buen desempeño de interacciones con los clientes para un mejor equipo de trabajo.
- Proactividad y orientado a soluciones y desarrollar iniciativas que mejoren la calidad, manejo y eficiencia de la empresa
- Excelente ayuda y velocidad en el servicio.

Recursos físicos

Como recursos físicos estarán los materiales de los picnics de la empresa. Es de carácter obligatorio que el espacio cumpla con las características que permitan entregar nuestra propuesta de valor de manera eficiente, esto es: Ubicación, espacio para almacenar las decoraciones, demostrado así que el servicio llegue hasta el cliente tal cual fue ofrecido.

Recurso Tecnológico

Plataforma web: Será la cara visible de los productos que se ofrecerá para aquellos que quieran conocer más sobre el servicio.

Dominio web El dominio en internet es el nombre exclusivo y único que se le da a un sitio web para que cualquiera internauta pueda visitarlo e identificarlo.

Intelectuales

Logo de A'M livre luxury picnics

Gráfico numero 9: Logo de la empresa



Fuente: Canva

Elaborado por: Angie Mora

Nombre y significado: Se determino el nombre de la empresa por la fusión de mi nombre A de Angie y M de Mora; livre porque es una palabra que me representa en la vida traducido de portugués a español “*livre*” creando así una variación de idiomas ya que los picnics de lujos son mejor conocidos como luxury picnics. Dando así dando como nombre A'M Livre - Luxury picnic-

Slogan: El slogan será la frase que representará a la empresa, con la intención de captar la atención de los clientes.

“Creamos felicidad, creamos picnics de lujo”

Dominio Web

Este nos ayudara a identificar el nombre de la página web de internet, el cual se lo hará con GoDaddy (es una herramienta en línea de edición y publicación que ayuda a crear un sitio web, independientemente del nivel de habilidades técnicas que tenga)

Humano

Todo personal contratado recibirá capacitación para constatar buena relación con los clientes y con el emprendimiento.

Socios clave

Son alianzas estratégicas que deben generar para conseguir las metas propuestas. Estas alianzas estratégicas deben orientarse a gestionar, garantizar o intercambiar conocimiento o recursos, se pueden desarrollar con proveedores, gremios, universidades, clientes, entre otros.

Para esto se tomó lo siguiente:

Proveedores: Estas asociaciones son aquellas empresas que abastecen a otras con bienes o servicios necesarios para el correcto funcionamiento del negocio.

- **Importadora castro:** Suministrara variedades de cubertería y cristalería
- **Coral Hipermercados:** Distribuirá variedad en mantelería
- **Supercentro Ferretero Kiwi:** Proveerá las mesas especiales de picnics
- **Floristería Silva:** se obtendrá ramos de flores o rosas
- **CAJUF:** Facilitara espacios verdes para la instalación del picnic de manera temporal
- **Quinta San Felipe:** Facilitara espacios verdes para la instalación del picnic de manera temporal
- **Pastelería D'Chocolate:** Ofrecerá sus productos de pastelería o bocaditos
- **Rancho San Fernando:** Facilitara sus áreas verdes para la instalación de los picnics

Actividades Clave

Gestión de los clientes: La gestión de clientes es la piedra angular sobre la cual se debe sostener el desarrollo y crecimiento de toda la empresa. También, monitorear, clasificar y medir el comportamiento de los consumidores y, en consecuencia, profundizar el conocimiento de estos al punto que se les pueda atender en forma segmentada e incluso personalizada.

Feedbacks: En las actividades realizadas se llevará a cabo resoluciones de problemas y sobre todo mejoras, se propone formularios a los clientes que den a conocer si trabajo es de calidad o implementar cambios en los próximos eventos.

Facturaciones: Es clave para una buena gestión y de esa manera garantizar los recursos necesarios para el funcionamiento, además ayuda a mantener las cuentas claras.

Actualización de redes sociales y pagina web de la empresa: Mantener la información actualizada de las actividades y servicios para que los cliente e interesados tengan datos confiables en tiempo real.

Cuidar la calidad: La calidad de cada uno de los servicios deber ser tal y como se ha ofrecido, por lo que en cada picnic se debe cumplir.

Mantenimiento y limpieza: El mantenimiento de los adornos, mesas entre otros y la limpieza de cojines, alfombras, manteles se mantendrá constantemente para que no se deprecie en menos tiempo y su buena presentación al cliente. Se propone tener aseo y limpieza de todos los materiales.

Metodología

Para la elaboración del proyecto se aborda el cómo y con qué se desarrolló la presente investigación, describe el tipo de investigación, métodos, técnicas y herramientas a utilizar, aquí se identifican a los actores y la dinámica del trabajo, a los cuales se les aplicará el respectivo instrumento para recolectar la información pertinente.

El tipo de investigación tiene un enfoque **mixto** el cual consiste en comprender la recolección de datos en dos fases:

- En la primera fase, el investigador recoge datos cuantitativos y los analiza;
- En la segunda fase, se usan los resultados cualitativos para planificar la fase cualitativa.

También se utilizó el método inductivo y deductivo dando a conocer una conclusión general a una conclusión específica del proyecto. Esta investigación se inicia de lo particular de una idea de negocio y se lo asocia con la metodología canva con los 9 segmentos que tiene la metodología. En el estudio del mercado da a conocer la oferta y la demanda y sobre todo el estudio financiero que con ello se dio a cabo la investigación de entidades bancarias para determinar la viabilidad del negocio.

Las técnicas para recopilar información fueron:

Las encuestas digitales con un enfoque cuantitativo dirigido a trabajadores del municipio de El Carmen, los colegios Nacional El Carmen y Liceo Cristiano Israel y la fábrica de chifles Yunyum a través encuesta en form previo a la validación de la encuesta que fue dirigido a dos docentes que sus perfiles profesionales están alineados a la realización de eventos y artes culinarias del servicio.

La otra técnica, aplicar las entrevistas dirigido a dos emprendedores relacionados a ofrecer servicios de eventos sociales para analizar la competencia, precios y como ofrecen su servicio.

Es importante destacar que en esta fase se trabajó con el método descriptivo porque se centra en responder la pregunta acerca de cómo es una determinada parte de la realidad objeto de estudio, además en este capítulo se analizaran los resultados de las encuestas realizadas.

CAPÍTULO III

Estudio Económico Financiero

Costo Unitario de Producción

El costo unitario son todos los valores monetarios que se generan para poder alquilar los paquetes básicos, Premium y Golden, aquí se toman los valores de los costos fijos, costos variables y la cantidad de productos que se proyectan a vender al año

Este índice nos da a conocer el valor necesario para la distribución de cada unidad de producto, considerando el total de egresos operativos y administrativos.

Tabla numero 6: Costo Unitario de Producción

COSTO UNITARIO		
COSTOS FIJOS	Marketing	\$ 960,00
	Servicios Básicos	\$ 15,94
	Mantenimiento	\$ 255,41
	Materiales de limpieza	\$ 31,00
	Gastos Generales	\$ 9.612,14
	Materiales de Oficina	\$ 16,36
	Materiales de Computación	\$ 43,20
	Servicios prestados	\$ 2.400,00
	Seguros	\$ 3.600,00
	Sueldos y Salarios	\$ 14.575,15
	TOTAL	\$ 31.509,20
	COSTOS VARIABLES	Materia Prima (Mercadería)
Mano de Obra Directa		\$ 6.731,15
TOTAL		\$ 81.215,63
COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN		\$ 112.724,83
Nº DE PRODUCTOS VENDIDOS AL AÑO		1.740
COSTO TOTAL UNITARIO		\$ 64,78

*Fuente: Estado Financiero
Elaborado por: Angie Mora*

Antes de tocar el siguiente ítem, debemos indicar que dentro del presente proyecto de emprendimiento se ha determinado alquilar 1740 paquetes de picnics de lujo para el primer año, al decir esto, se logra observar que el alquiler de estos 1740 paquetes genera un costo total de \$ 112.724,83, en el cual se considera primero los costos fijos y luego los costos variables. El costo unitario promedio es de \$ 64,78 el cual se calcula mediante división de la

cantidad de productos a vender con el costo total. Entonces podemos decir que cada alquiler de paquete de picnics ya sea básico, Premium o Golden genera un costo en términos monetarios de \$ 64,78.

Estructura de Costos Y Gastos

Dentro de este proyecto se considera como costos y gastos a todos los valores que se desglosan de las distintas actividades ya sea operativas o administrativas que se realizan durante el proceso antes del alquiler de los paquetes de picnics ya sea básico, Premium o Golden, estos valores tienen suma importancia dentro de la proyección de egresos del presente estudio financiero.

Costos.

Dentro de las operaciones que realiza la empresa A'M livre se toma como costos a todos los valores relacionados con la mercadería o insumos utilizados dentro de todos los paquetes de picnics de lujo, estos costos tienen una reutilización de cinco veces ya que cada paquete se puede alquilar cinco veces según la entrevista realizada a la Sra. Maribel Anchundia. Además, también se toma en consideración a los costos indirectos que son valores que se desprenden de las actividades operacionales.

Tabla numero 7: Materia Prima (Mercadería para los paquetes)

Materia prima (Mercadería para los paquetes)					
Detalle	Cantidad para 5 paquetes	Costo	Unidad de Medida	Costo Mensual	Costo Anual
Paquete Básico:					
Couples love	4	\$ 189,48	Unidad	\$ 757,92	\$ 9.095,04
Birthday's Friends	6	\$ 183,98	Unidad	\$ 1.103,88	\$ 13.246,56
Wild feeling	2	\$ 189,98	Unidad	\$ 379,96	\$ 4.559,52
Sweet Candy	4	\$ 180,38	Unidad	\$ 721,52	\$ 8.658,24
My one and only	2	\$ 233,98	Unidad	\$ 467,96	\$ 5.615,52
Paquete Premium:					
Children's day	3	\$ 300,48	Unidad	\$ 300,48	\$ 3.605,76
Our anniversary	1	\$ 227,48	Unidad	\$ 454,96	\$ 5.459,52
Fathers and Mother's Day	2	\$ 215,48	Unidad	\$ 430,96	\$ 5.171,52
Paquete Gold:					
Picnic Celebration	3	\$ 279,48	Unidad	\$ 838,44	\$ 10.061,28
Luxury wedding	2	\$ 375,48	Unidad	\$ 750,96	\$ 9.011,52
Total	29			\$ 6.207,04	\$ 74.484,48

*Fuente: Estado Financiero
Elaborado por: Angie Mora*

Tabla numero 8: Costos de Mantenimiento

COSTOS DE MANTENIMIENTO				
Detalle	Valor	%	Costo Mensual	Costo Anual
Mantenimiento de Edificio	\$ 500,00	5%	\$ 2,08	\$ 25,00
Mantenimiento Vehículo	\$ 5.000,00	3%	\$ 12,50	\$ 150,00
TOTAL			\$ 14,58	\$ 175,00

*Fuente: Estado Financiero
Elaborado por: Angie Mora*

Tabla numero 9: Materiales de Limpieza

MATERIALES DE LIMPIEZA			
Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Total
Escobas	1	\$ 2,25	\$ 2,25
Trapeador	1	\$ 2,25	\$ 2,25
Recogedor de basura	1	\$ 2,50	\$ 2,50
Desinfectante	3	\$ 4,00	\$ 12,00
Detergente	3	\$ 3,00	\$ 9,00
Cloro	3	\$ 1,00	\$ 3,00
TOTAL			\$ 31,00

*Fuente: Estado Financiero
Elaborado por: Angie Mora*

Gastos.

Dentro de los gastos, se toman en consideración a todos los valores que se generan únicamente en el área administrativa de la empresa, los cuales se detallan a continuación.

Tabla numero 10: Sueldos y salarios del primer año

SUELDOS EMPLEADOS PRIMER AÑO							
CARGO PERSONAL	Remuneración \$		Beneficios \$				Total anual
	Mensual	T. Anual	13er S.	14to S.	Vacac.	A. Patronal	
Gerente general	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 500,00	\$ 425,00	\$ 250,00	\$ 669,00	\$ 7.844,00
Obrero	\$ 425,00	\$ 5.100,00	\$ 425,00	\$ 425,00	\$ 212,50	\$ 568,65	\$ 6.731,15
Transportista	\$ 425,00	\$ 5.100,00	\$ 425,00	\$ 425,00	\$ 212,50	\$ 568,65	\$ 6.731,15
Total	\$1.350,00	\$ 16.200,00	\$1.350,00	\$1.275,00	\$ 675,00	\$ 1.806,30	\$ 21.306,30

*Fuente: Estado Financiero
Elaborado por: Angie Mora*

Tabla numero 11: Sueldos y salarios del segundo año

SUELDOS EMPLEADOS A PARTIR DEL SEGUNDO AÑO								
CARGO PERSONAL	Remuneración \$			Beneficios \$				Total anual
	Mensual	T. Anual	13er S	14to S	Vaca.	F. reserva	A. Patronal	
Gerente general	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 500,00	\$ 425,00	\$ 250,00	\$ 499,8	\$ 669,00	\$ 8.343,80
Obrero	\$ 425,00	\$ 5.100,00	\$ 425,00	\$ 425,00	\$ 212,50	\$ 424,8	\$ 568,65	\$ 7.155,98
Transportista	\$ 425,00	\$ 5.100,00	\$ 425,00	\$ 425,00	\$ 212,50	\$ 424,8	\$ 568,65	\$ 7.155,98
Total	\$1.350,00	\$ 16.200,00	\$1.350,00	\$1.275,00	\$ 675,00	\$ 1.349,46	\$ 1.806,30	\$ 22.655,76

*Fuente: Estado Financiero**Elaborado por: Angie Mora*

Antes de continuar debemos explicar porque se presentan dos roles de pagos en las tablas detalladas anteriormente, esto se debe a que dentro del primer año de operación no se realiza pago de fondo de reservas, ya que ese beneficio obligatoriamente de paga en el segundo año.

Tabla numero 12: Gastos generales administrativos

GASTOS GENERALES ADMINISTRATIVOS				
Detalle	Consumo	Costo Unitario	Costo Total Mensual	Costo Total Anual
Energía Eléctrica (Kilovoltio)	69,13	\$ 0,79	\$ 54,41	\$ 652,94
Agua (metros cúbicos)	10	\$ 0,66	\$ 6,60	\$ 79,20
Telefonía	2	\$ 48,00	\$ 96,00	\$ 1.152,00
Internet	1	\$ 44,00	\$ 44,00	\$ 528,00
Arriendo	1	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 7.200,00
TOTAL			\$ 801,01	\$ 9.612,14

*Fuente: Estado Financiero**Elaborado por: Angie Mora***Tabla numero 13: Materiales de Oficina**

MATERIALES DE OFICINA			
Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Total
Grapadoras	1	\$ 3,50	\$ 3,50
Perforadoras	1	\$ 5,00	\$ 5,00
Cajas de clips	1	\$ 1,12	\$ 1,12
Cajas de grapas	1	\$ 0,85	\$ 0,85
Notas adhesivas (paquetes)	1	\$ 2,80	\$ 2,80
Folders	1	\$ 1,60	\$ 1,60
Imprevistos	10%	\$ 1,49	\$ 1,49
TOTAL			\$ 16,36

*Fuente: Estado Financiero**Elaborado por: Angie Mora*

Tabla numero 14: Materiales de Computación

MATERIALES DE COMPUTACIÓN			
Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Total
Resmas de papel A4	4	\$ 2,80	\$ 11,20
Tóner para imprimir (kit)	2	\$ 16,00	\$ 32,00
TOTAL			\$ 43,20

Fuente: Estado Financiero
Elaborado por: Angie Mora

Tabla numero 15: Gastos de mantenimiento

GASTOS DE MANTENIMIENTO				
Detalle	Valor	%	Costo Mensual	Costo Anual
Mantenimiento de Equipos de Oficina	\$ 405,00	5%	\$ 1,69	\$ 20,25
Mantenimiento de Equipos de Computación	\$ 1.037,83	5%	\$ 4,32	\$ 51,89
Mantenimiento de Muebles y Enseres	\$ 165,30	5%	\$ 0,69	\$ 8,27
TOTAL			\$ 6,70	\$ 80,41

Fuente: Estado Financiero
Elaborado por: Angie Mora

Tabla numero 16: Servicios prestados

SERVICIOS PRESTADOS			
Detalle	Cantidad	Costo Mensual	Total
Servicio de limpieza	12	\$ 200,00	\$ 2.400,00
TOTAL			\$ 2.400,00

Fuente: Estado Financiero
Elaborado por: Angie Mora

Tabla numero 17: Seguros

SEGUROS			
Detalle	Cantidad	Costo Mensual	Total
Seguro contra riesgos y siniestros	12	\$ 300,00	\$ 3.600,00
TOTAL			\$ 3.600,00

Fuente: Estado Financiero
Elaborado por: Angie Mora

Tabla numero 18: Gastos de marketing

GASTOS DE MARKETING			
Detalle	Costo Mensual	Cantidad	Costo Total
Publicidad y promoción de ventas	\$ 80,00	12	\$ 960,00
TOTAL			\$ 960,00

Fuente: Estado Financiero
Elaborado por: Angie Mora

Proyección de Ventas

Dentro del presente proyecto se considera la proyección de ventas a los valores que ingresan cuando se alquila un paquete de picnic de lujo, Es indispensable esta operación ya que esta permite proyectar el volumen de ingresos que podría alcanzar la Empresa A'M livre mediante su actividad operacional.

Para poder determinar aquellos ingresos, se necesitó como primera medida realizar el cálculo del mercado meta, la cual trata en determinar la cantidad de personas a las que se quiere llegar por mes para satisfacerlos con la oferta de la empresa.

Tabla numero 19: Mercado Meta

MERCADO META		
Mercado	Porcentaje	Personas
Mercado Total	100,00%	99.828
Población Económicamente Activa	59,70%	59.597
Personas que consumen el servicio	70,00%	41.718
Personas Interesadas	24,00%	10.012
Personas que están de acuerdo con el precio	44,00%	4.405
Capacidad de atención	2,00%	88

Fuente: Estado Financiero
Elaborado por: Angie Mora

El mercado meta de este proyecto se determinó en base a la población total de la ciudad del Carmen que es de 99.828 personas, después se tomó de referencia al PEA (Población Económicamente Activa) el cual es de 59.597 en la ciudad antes mencionada, a partir de este valor se aplicó las variables de consumo, precio e interés las cuales se consiguieron en la investigación de mercado que se realizó, además se define la capacidad de atención que tiene la empresa el cual es de 2% del mercado o 88 personas.

Luego de esto se calculó la proyección de demanda mensual del Carmen, basado en los datos recopilados de la investigación de mercado, donde se determinó cual es la demanda y la frecuencia de consumo de los paquetes de picnic básico, Premium y Golden.

En base a estos datos y del mercado meta definido, se obtuvo la proyección de consumo mensual del proyecto:

Tabla numero 20: Proyección de Consumo mensual

PROYECCION CONSUMO MENSUAL DEL CARMEN												145
M. META	88	F.	22	4,2	2	1	0,5	0,33	0,25	0,17	0,083	Total
<i>Producto</i>	<i>%</i>	<i>Usos</i>	<i>Diario</i>	<i>Semanal</i>	<i>Quincenal</i>	<i>Mensual</i>	<i>Bimen</i>	<i>Trim</i>	<i>Cuatrim</i>	<i>Semest</i>	<i>Anual</i>	
BASICO	50%	1	0%	25%	25%	50%	0%	0%	0%	0%	0%	90
PREMIUN	24%	1	0%	10%	10%	80%	0%	0%	0%	0%	0%	30
GOLD	26%	1	0%	0%	10%	90%	0%	0%	0%	0%	0%	25

Fuente: Estado Financiero

Elaborado por: Angie Mora

Partiendo con los datos de la tabla antes detallada, podemos definir que el presente proyecto podría alcanzar una demanda mensual de 145 paquetes de picnic de lujo.

Una vez definida la demanda mensual, se proyectó los ingresos mensuales y anuales por cada paquete de picnic de lujo. La cual detallaremos a continuación:

Tabla numero 21: Proyección de ingreso del paquete Básico

Paquete Básico			
Nombres	Cantidad	Precio	Ingreso Mensual
Couples love	20	\$ 60,00	\$ 1.200,00
Birthday's friends	30	\$ 60,00	\$ 1.800,00
Wild feeling	10	\$ 60,00	\$ 600,00
Sweet Candy	20	\$ 60,00	\$ 1.200,00
My one and only	10	\$ 60,00	\$ 600,00
Total	90		\$ 5.400,00

Fuente: Estado Financiero

Elaborado por: Angie Mora

Tabla numero 22: Proyección de ingreso del paquete Premium

Paquete Premium				
Nombres	Cantidad	Precio	Ingreso Mensual	
Children's day	15	\$ 80,00	\$	1.200,00
Our anniversary	5	\$ 80,00	\$	400,00
Fathers and Mother's Day	10	\$ 80,00	\$	800,00
Total	30		\$	2.400,00

*Fuente: Estado Financiero**Elaborado por: Angie Mora***Tabla numero 23: Proyección de ingreso del paquete Golden**

Paquete Golden				
Nombres	Cantidad	Precio	Ingreso Mensual	
Picnic Celebration	15	\$ 100,00	\$	1.500,00
Luxury wedding	10	\$ 100,00	\$	1.000,00
Total	25		\$	2.500,00

*Fuente: Estado Financiero**Elaborado por: Angie Mora*

Una vez detallado los ingresos mensuales por paquete de picnic, indicaremos la proyección de venta anual.

Tabla numero 24: Proyección de ingreso del paquete Golden

PROYECCIÓN DE INGRESOS ANUALES					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Paquete Básico	\$64.800,00	\$72.310,45	\$80.199,06	\$88.511,30	\$97.238,33
Paquete Premium	\$28.800,00	\$31.518,00	\$34.372,40	\$37.372,01	\$40.516,37
Paquete Golden	\$30.000,00	\$32.445,00	\$35.009,06	\$37.700,04	\$40.518,24
Total, de ingresos	\$123.600,00	\$136.273,45	\$149.580,52	\$163.583,34	\$ 178.272,95

*Fuente: Estado Financiero**Elaborado por: Angie Mora*

Es necesario explicar que, en base a la proyección de ingresos mensuales, se estableció un crecimiento de volumen de venta anual por cada paquete de picnic de lujo, el cual lo abordaremos en la siguiente tabla:

Tabla numero 25: Incremento anual por paquete de picnic de lujo

Incremento de Volumen y Precio	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Incremento Volumen Paquete Basico	3%	3%	3%	3%
Incremento Volumen Paquete Premium	3%	3%	3%	3%
Incremento Volumen Paquete Golden	3%	3%	3%	3%
Incremento Precios Paquete Basico	8%	8%	7%	7%
Incremento Precios Paquete Premium	6%	6%	6%	5%
Incremento Precios Golden	5%	5%	5%	4%

Fuente: Estado Financiero

Elaborado por: Angie Mora

A partir de esto podemos determinar que para el año 1 los ingresos por alquiler de los paquetes de picnic de lujo alcanzaran los \$ 123.600,00

Plan de Inversión

Dentro del plan de inversión se manifiesta a detalle cómo se utilizarán los recursos financieros de la empresa, expresando la estructura de financiamiento siendo la estrategia que se encargue de declarar de donde se origina los fondos para la puesta en funcionamiento de la empresa.

Este proyecto alcanza una inversión total de \$ 18.057,87 la cual se desglosa en un 52% capital de trabajo, en un 39% activo fijo y en un 9% en activo diferido. Siendo así la manera óptima para financiar la actividad operacional del proyecto.

Tabla numero 26: Plan de Inversión

PLAN DE INVERSIÓN		
INVERSION	VALOR	PARTICIPACIÓN
CAPITAL DE TRABAJO		
Activo Corriente	\$ 9.393,74	52%
ACTIVO FIJO		
Equipos de Oficina	\$ 405,00	
Equipos de Computación	\$ 1.037,83	39%
Muebles y Enseres	\$ 165,30	
Edificio	\$ 500,00	
Vehículo	\$ 5.000,00	
ACTIVO DIFERIDO		
Inversión diferida	\$ 1.556,00	9%
TOTAL	\$ 18.057,87	100%

Fuente: Estado Financiero

Elaborado por: Angie Mora

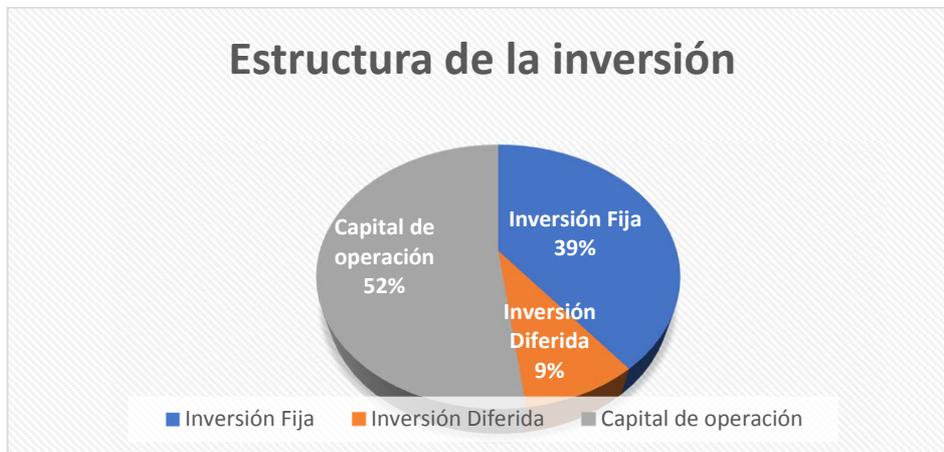
Tabla numero 27: Estructura de la inversión

ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN		
APLICACIÓN	VALOR	PORCENTAJE
Inversión Fija	\$ 7.108,13	39%
Inversión Diferida	\$ 1.556,00	9%
Capital de operación	\$ 9.393,74	52%
TOTAL	\$ 18.057,87	100%

Fuente: Estado Financiero

Elaborado por: Angie Mora

Gráfico numero 10: Estructura de la inversión



Fuente: Estado Financiero

Elaborado por: Angie Mora

Líneas de Financiamiento

Dentro de la inversión, las líneas de financiamiento significan un componente de suma importancia, ya que es un elemento esencial para la identificación de los orígenes del dinero que se invertirá, por esto es de suma importancia dentro de un proyecto de emprendimiento, generalmente existe conocimiento de dos fuentes o líneas de financiamiento, la primera viene de los accionistas y se la denomina fuentes internas y la segunda fuente es por parte de los bancos mediante sus créditos, y es denominado como fuentes externas.

Debido a esto como estrategia de financiamiento se plantea que el 35% de la inversión sea cubierta mediante aportación de los socios y el otro 65% por crédito bancario. Lo cual lo podemos divisar en la siguiente tabla:

Tabla numero 28: Origen de Fondos

ORIGEN DE FONDOS		
DETALLE	MONTO	PORCENTAJE
Capital Propio	\$ 6.364,13	35%
Crédito Bancario	\$ 11.693,74	65%
TOTAL	\$ 18.057,87	100%

Fuente: Estado Financiero

Elaborado por: Angie Mora

Tabla numero 29: Estructura Accionaria

ESTRUCTURA ACCIONARIA		
DETALLE	MONTO	%
Accionista 1	\$ 6.364,13	100%
TOTAL	\$ 6.364,13	100%

Fuente: Estado Financiero

Elaborado por: Angie Mora

A continuación, en la siguiente tabla, se explica en detalle el plan de inversión y el origen de fondos del presente proyecto, indicando los valores correspondientes a cada elemento requerido de bienes y valores necesarios para que opere la empresa.

Tabla numero 30: Plan de inversión y origen de fondos

PLAN DE INVERSIÓN Y ORIGEN DE FONDOS			
INVERSIÓN FIJA	APORTE	CRÉDITO	TOTAL
Equipos de Oficina	\$ 405,00	\$ -	\$ 405,00
Equipos de Computación	\$ 1.037,83	\$ -	\$ 1.037,83
Muebles y Enseres	\$ 165,30	\$ -	\$ 165,30
Edificio	\$ 500,00	\$ -	\$ 500,00
Vehículo	\$ -	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00
Inversión diferida	\$ 1.556,00	\$ -	\$ 1.556,00
TOTAL	\$ 3.664,13	\$ 5.000,00	\$ 8.664,13

CAPITAL DE TRABAJO	APORTE	CRÉDITO	TOTAL
Materia prima (Mercadería)	\$ 2.700,00	\$ 3.507,04	\$ 6.207,04
Mano de obra	\$ -	\$ 560,93	\$ 560,93
Mantenimiento	\$ -	\$ 14,58	\$ 14,58
Materiales de limpieza	\$ -	\$ 2,58	\$ 2,58
Servicios básicos	\$ -	\$ 1,33	\$ 1,33
Sueldos y salarios	\$ -	\$ 1.214,60	\$ 1.214,60
Gastos administrativos y generales	\$ -	\$ 1.312,68	\$ 1.312,68
Gastos de venta	\$ -	\$ 80,00	\$ 80,00
TOTAL	\$ 2.700,00	\$ 6.693,74	\$ 9.393,74

*Fuente: Estado Financiero**Elaborado por: Angie Mora*

Como se puede divisar, el presente proyecto se financia a través de la banca mediante un préstamo bancario que alcanza el valor de \$11.693,74 el cual se obtendrá a través del banco del pacifico, esta entidad bancaria opera con una tasa de interés de 10,20% en un periodo de 5 años plazo. A partir de esto a continuación se detalla la tabla de amortización que corresponde a este monto.

Tabla numero 31: Tabla de amortización del crédito

TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO					
Monto:	\$ 11.693,74				
Interés (ie):	10,20%	PAGO	\$3.100,55		
Periodos:	5				
Forma de pago: en amortizaciones anuales iguales					
PERIODO	SALDO INICIAL	PAGO DE INTERÉS	PAGO DE CAPITAL	CUOTA TOTAL	SALDO FINAL
0					
1	11.693,74	1.192,76	1.907,79	3.100,55	9.785,94
2	9.785,94	998,17	2.102,39	3.100,55	7.683,55
3	7.683,55	783,72	2.316,83	3.100,55	5.366,72
4	5.366,72	547,41	2.553,15	3.100,55	2.813,57
5	2.813,57	286,98	2.813,57	3.100,55	-

Fuente: Estado Financiero

Elaborado por: Angie Mora

Flujo de Caja Proyectado (5 Años)

El flujo de caja o flujo de efectivo es un documento financiero de suma importancia para cualquier proyecto de emprendimiento ya que este permite al inversor valorar la liquidez y capacidad que tiene la empresa para pagar sus obligaciones en largo, mediano y corto plazo, ya que en este se especifican los flujos de ingresos y egresos de efectivo que se han realizado en la empresa durante un determinado tiempo.

Tabla numero 32: Flujo de caja proyectado

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
	PERIODOS (en años)					
	0	1	2	3	4	5
Ingresos Operativos						
Ventas netas	\$ 123.600,00	\$ 136.273,45	\$ 149.580,52	\$ 163.583,34	\$ 178.272,95	
Total Ingresos Operativos	\$ 123.600,00	\$ 136.273,45	\$ 149.580,52	\$ 163.583,34	\$ 178.272,95	
Egresos Operativos						
Costos de fabricación (-Dep)	\$ 74.484,48	\$ 75.601,75	\$ 76.735,77	\$ 77.886,81	\$ 79.055,11	
Gastos de venta	\$ 960,00	\$ 974,40	\$ 989,02	\$ 1.003,85	\$ 1.018,91	
Gastos Adm y Gener (-A D)	\$ 37.249,35	\$ 39.177,79	\$ 39.765,45	\$ 40.361,94	\$ 40.967,36	
Total egresos operativos	\$ 112.693,83	\$ 115.753,93	\$ 117.490,24	\$ 119.252,60	\$ 121.041,39	
Superavit o (D) Operat./Año	\$ 10.906,17	\$ 20.519,52	\$ 32.090,28	\$ 44.330,74	\$ 57.231,56	
Superavit o (D) Operat./Acum	\$ 10.906,17	\$ 31.425,69	\$ 63.515,97	\$ 107.846,71	\$ 165.078,27	
Ingresos no Operativos						
Crédito	\$ 11.693,74	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Aporte propio	\$ 6.364,13	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Tptal Ingreso no operat.	\$ 18.057,87	\$ -				
Egreso no Operat						
Inv. Fija	\$ 7.108,13	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inv. Diferida	\$ 1.556,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Amortización principal	\$ 1.907,79	\$ 2.102,39	\$ 2.316,83	\$ 2.553,15	\$ 2.813,57	
Gastos financieros	\$ 1.192,76	\$ 998,17	\$ 783,72	\$ 547,41	\$ 286,98	
Pago Imp Renta y Part. Empl	\$ -	\$ 3.007,48	\$ 6.562,86	\$ 10.835,00	\$ 15.441,43	
Total egreso no operat.	\$ 8.664,13	\$ 3.100,55	\$ 6.108,04	\$ 9.663,42	\$ 13.935,55	\$ 18.541,99
Superavit o (D) no Operat/Año	\$ 9.393,74	\$ -3.100,55	\$ -6.108,04	\$ -9.663,42	\$ -13.935,55	\$ -18.541,99
Superavit o (D) no Operat/Acum	\$ 9.393,74	\$ 6.293,18	\$ 185,14	\$ -9.478,27	\$ -23.413,83	\$ -41.955,82
Superavit o (D) Total/Año	\$ 9.393,74	\$ 7.805,62	\$ 14.411,48	\$ 22.426,86	\$ 30.395,19	\$ 38.689,57
Superavit o (D) Total/Acum	\$ 9.393,74	\$ 17.199,36	\$ 31.610,83	\$ 54.037,70	\$ 84.432,88	\$ 123.122,45

*Fuente: Estado Financiero**Elaborado por: Angie Mora*

Se puede definir en base a la anterior tabla, que el presente proyecto alcanzara liquidez dentro del tiempo que se ha establecido, ya que dicha tabla muestra superávit en cada uno de los periodos en los cuales se ha proyectado el flujo de caja.

Estado de Resultados Proyectados (5 Años)

El estado de resultados es un documento de suma importancia porque este permite identificar cual es la evolución que tiene la empresa en términos de ganancia a lo largo del tiempo, ya que esta examina las ganancias netas que ha obtenido la empresa, partiendo de esto se puede decir que esta nos permite divisar si se ha dado un superávit (ganancias) o un déficit (perdida) en cada periodo en el que se ha proyectado el presente ejercicio contable.

Tabla numero 33: Estado de resultado proyectado

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	\$ 123.600,00	\$ 136.273,45	\$ 149.580,52	\$ 163.583,34	\$ 178.272,95
Ingresos por ventas	\$ 123.600,00	\$ 136.273,45	\$ 149.580,52	\$ 163.583,34	\$ 178.272,95
Costo de Producción	\$ 74.484,48	\$ 75.601,75	\$ 76.735,77	\$ 77.886,81	\$ 79.055,11
Margen Bruto	\$ 49.115,52	\$ 60.671,70	\$ 72.844,75	\$ 85.696,53	\$ 99.217,83
Gastos Operativos					
Sueldos y Salarios	\$ 21.306,30	\$ 22.995,60	\$ 23.340,53	\$ 23.690,64	\$ 24.046,00
Depreciacion	\$ 1.105,71	\$ 1.105,71	\$ 1.105,71	\$ 875,08	\$ 875,08
Amortizacion	\$ 311,20	\$ 311,20	\$ 311,20	\$ 311,20	\$ 311,20
Materiales de Oficina	\$ 16,36	\$ 16,60	\$ 16,85	\$ 17,10	\$ 17,36
Materiales de Computacion	\$ 43,20	\$ 43,85	\$ 44,51	\$ 45,17	\$ 45,85
Gastos Básicos	\$ 9.628,08	\$ 9.772,50	\$ 9.919,09	\$ 10.067,88	\$ 10.218,89
Gastos de Mantenimiento	\$ 255,41	\$ 259,24	\$ 263,13	\$ 267,07	\$ 271,08
Servicios prestados	\$ 2.400,00	\$ 2.436,00	\$ 2.472,54	\$ 2.509,63	\$ 2.547,27
Gastos de Marketing y Ventas	\$ 960,00	\$ 974,40	\$ 989,02	\$ 1.003,85	\$ 1.018,91
Seguros	\$ 3.600,00	\$ 3.654,00	\$ 3.708,81	\$ 3.764,44	\$ 3.820,91
Total Gastos operativos	\$ 39.626,25	\$ 41.569,09	\$ 42.171,38	\$ 42.552,06	\$ 43.172,55
Utilidad Operacional	\$ 9.489,27	\$ 19.102,61	\$ 30.673,37	\$ 43.144,46	\$ 56.045,28
Gastos Financieros					
Intereses sobre prestamo	\$ 1.192,76	\$ 998,17	\$ 783,72	\$ 547,41	\$ 286,98
Utilidad antes de Participe e Impto.	\$ 8.296,51	\$ 18.104,44	\$ 29.889,65	\$ 42.597,06	\$ 55.758,30
15% Participacion de Empleados	\$ 1.244,48	\$ 2.715,67	\$ 4.483,45	\$ 6.389,56	\$ 8.363,74
Utilidad antes del Impuesto	\$ 7.052,03	\$ 15.388,78	\$ 25.406,20	\$ 36.207,50	\$ 47.394,55
25% Impuesto a la renta	\$ 1.763,01	\$ 3.847,19	\$ 6.351,55	\$ 9.051,87	\$ 11.848,64
UTILIDAD NETA	\$ 5.289,02	\$ 11.541,58	\$ 19.054,65	\$ 27.155,62	\$ 35.545,91

*Fuente: Estado Financiero
Elaborado por: Angie Mora*

El estado de resultados muestra que el presente proyecto que se basa en el alquiler de paquetes de picnic de lujos con servicio de entrega a domicilio genera rentabilidad en cada uno de los años que se ha considerado dentro de la evaluación financiera. Es necesario explicar que, para la estimación de costos y gastos a partir del segundo año, se considera un incremento del 1,5%, por la inflación que se da en el entorno donde el presente proyecto desarrolla sus actividades

Estado de Situación Financiera Proyectado (5 Años)

Tabla numero 34: Estado de situación financiera proyectado

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA PROYECTADO						
PERIODOS (en años)						
	0	1	2	3	4	5
ACTIVOS CORRIENTES						
Caja	\$ 9.393,74	\$ 17.199,36	\$ 31.610,83	\$ 54.037,70	\$ 84.432,88	\$ 123.122,45
Cuentas por cobrar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL ACT. CTE.	\$ 9.393,74	\$ 17.199,36	\$ 31.610,83	\$ 54.037,70	\$ 84.432,88	\$ 123.122,45
ACTIVOS FIJOS						
Inversión fija	\$ 7.108,13	\$ 7.108,13	\$ 7.108,13	\$ 7.108,13	\$ 7.108,13	\$ 7.108,13
Depreciación acumulada (-)		\$ -1.105,71	\$ -2.211,41	\$ -3.317,12	\$ -4.192,19	\$ -5.067,27
TOTAL ACT. FIJO NETO	\$ 7.108,13	\$ 6.002,42	\$ 4.896,72	\$ 3.791,01	\$ 2.915,94	\$ 2.040,86
ACTIVOS DIFERIDOS						
Gastos preoperativos	\$ 1.556,00	\$ 1.556,00	\$ 1.556,00	\$ 1.556,00	\$ 1.556,00	\$ 1.556,00
Amortización acumuladas (-)	\$ -	\$ -311,20	\$ -622,40	\$ -933,60	\$ -1.244,80	\$ -1.556,00
TOTAL ACT. DIF. NETO	\$ 1.556,00	\$ 1.244,80	\$ 933,60	\$ 622,40	\$ 311,20	\$ -
TOTAL ACTIVOS	\$ 18.057,87	\$ 24.446,58	\$ 37.441,15	\$ 58.451,11	\$ 87.660,02	\$ 125.163,31
PASIVO CORRIENTE						
Part. Empl. Por pagar	\$ -	\$ 1.244,48	\$ 2.715,67	\$ 4.483,45	\$ 6.389,56	\$ 8.363,74
Impuestos por pagar a la renta	\$ -	\$ 1.763,01	\$ 3.847,19	\$ 6.351,55	\$ 9.051,87	\$ 11.848,64
TOTAL PAS. CTE.	\$ -	\$ 3.007,48	\$ 6.562,86	\$ 10.835,00	\$ 15.441,43	\$ 20.212,38
PASIVO LARGO PLAZO						
Crédito bancario	\$ 11.693,74	\$ 9.785,94	\$ 7.683,55	\$ 5.366,72	\$ 2.813,57	\$ -
TOTAL PAS. LARGO PLAZO	\$ 11.693,74	\$ 9.785,94	\$ 7.683,55	\$ 5.366,72	\$ 2.813,57	\$ -
TOTAL PASIVOS	\$ 11.693,74	\$ 12.793,43	\$ 14.246,41	\$ 16.201,72	\$ 18.255,00	\$ 20.212,38
PATRIMONIO						
Capital	\$ 6.364,13	\$ 6.364,13	\$ 6.364,13	\$ 6.364,13	\$ 6.364,13	\$ 6.364,13
Utilida ejercicio anterior	\$ -	\$ -	\$ 5.289,02	\$ 16.830,61	\$ 35.885,26	\$ 63.040,88
Utilidad presente ejercicio	\$ -	\$ 5.289,02	\$ 11.541,58	\$ 19.054,65	\$ 27.155,62	\$ 35.545,91
TOTAL PATRIMONIO	\$ 6.364,13	\$ 11.653,15	\$ 23.194,74	\$ 42.249,39	\$ 69.405,01	\$ 104.950,93
TOTAL PAS. Y PATR.	\$ 18.057,87	\$ 24.446,58	\$ 37.441,15	\$ 58.451,11	\$ 87.660,02	\$ 125.163,31

Fuente: Estado Financiero

Elaborado por: Angie Mora

Evaluación Financiera

La evaluación financiera es la clave de todo proyecto, ya que en esta se establece si este es factible o no, esto debido a que le da al inversionista la capacidad de conocer el retorno de su dinero a través del tiempo. En esta parte se consideran a las evaluaciones que analizan los retornos, la liquidez y la relación costo-beneficio.

Para iniciar con la evaluación financiera de este proyecto es necesario partir del flujo de fondos, el cual se consigue por medio del estudio económico financiero, y da a conocer los principales indicadores de retorno y liquidez, las cuales son los indicadores decisivos para saber si es conveniente invertir o no.

Tabla numero 35: Estado de situación financiera proyectado

FLUJO DE FONDOS NETOS						
Rubros	0	1	2	3	4	5
Utilidad Neta		\$ 5.289,02	\$11.541,58	\$19.054,65	\$27.155,62	\$35.545,91
(+)Depreciación		\$ 1.105,71	\$ 1.105,71	\$ 1.105,71	\$ 875,08	\$ 875,08
(+)Amort. de activos diferidos		\$ 311,20	\$ 311,20	\$ 311,20	\$ 311,20	\$ 311,20
(-)Costo de inversión fija	\$ 8.664,13	-	-	-	-	-
(-)Capital de trabajo	\$ 9.393,74	-	-	-	-	-
(-)Pago del capital (amortización) Prestamo		\$ 1.907,79	\$ 2.102,39	\$ 2.316,83	\$ 2.553,15	\$ 2.813,57
Flujo de fondos Netos	-\$ 18.057,87	\$ 4.798,14	\$10.856,10	\$18.154,73	\$25.788,75	\$33.607,42
VAN	\$ 47.311,07					
Tasa de descuento	10,04%					
TIR	62,20%					
ROI (retorno de la inversión)	2,62					

Fuente: Estado Financiero
Elaborado por: Angie Mora

VAN

El Valor Actual Neto es un indicador financiero que nos da la capacidad de traer al presente la liquidez que ha sido generada por la empresa, brindando así una perspectiva sobre la inversión en términos de retorno económico Para su cálculo se emplea el siguiente procedimiento:

$$VAN = \frac{FF1}{(1 + Tasa\ de\ descuento)} + \frac{FF2}{(1 + Tasa\ de\ descuento)^2} + \frac{FF3}{(1 + Tasa\ de\ descuento)^3} + \frac{FF4}{(1 + Tasa\ de\ descuento)^4} + \frac{FF5}{(1 + Tasa\ de\ descuento)^5} - Inversión$$

$$VAN = \frac{\$ 4789,14}{(1 + 10.04)^1} + \frac{\$10.856,10}{(1 + 10.04)^2} + \frac{\$18.154,73}{(1 + 10.04)^3} + \frac{\$25.788,75}{(1 + 10.04)^4} + \frac{\$33.607,75}{(1 + 10.04)^5} - \$18.057,87$$

$$VAN = (\$4.360,36 + \$8.965,46 + \$13.625,036 + \$17.588,45 + \$20.829,64) - \$18.057,87$$

$$VAN = \$65.368,94 - \$18.057,87$$

$$VAN = \$47.311,07$$

Como se puede divisar, el VAN del presente proyecto alcanza un valor de \$47.311,07 en base a esto podemos decir que este proyecto es atractivo en términos de liquidez para la inversión.

TIR

La Tasa Interna de Retorno o TIR es otro de los indicadores de mayor efectividad para establecer la viabilidad del negocio, pues permite conocer en valor porcentual la medida en que la inversión será rentable en un periodo de cinco años. Para el presente caso se alcanza una TIR del 62,20%. por lo que es aconsejable invertir en el presente proyecto de emprendimiento.

Relación Beneficio/Costo (Rbc)

La Relación Beneficio/Costo es un indicador porcentual que permite hacer una relación entre el monto invertido y la liquidez generada por las actividades del negocio, dicho de otro modo, es una métrica que ayuda a determinar cuánto han ganado los inversionistas por los montos aportados.

Para su cálculo se es preciso dividir el Valor Actual Neto para el total de la inversión, tal como se muestra a continuación:

$$B/C = \frac{\text{Valor Actual Neto}}{\text{Inversión}}$$

$$B/C = \frac{\$ 47.311,07}{\$18.057,87}$$

$$B/C = 2.61$$

Habiendo realizado dicho procedimiento, en la presente evaluación financiera se obtiene una relación beneficio/costo 2.61, lo que da a conocer que las actividades operacionales y estratégicas permiten alcanzar importantes retornos dentro del presente proyecto.

Razones Financiera

Liquidez

La razón financiera de liquidez corresponde a un indicador de gran utilidad al momento de evaluar la capacidad del negocio para hacer frente a sus deudas u obligaciones financieras en el corto plazo. Para su cálculo se divide el activo corriente para el pasivo corriente, según se muestra a continuación:

$$Liquidez\ general = \frac{Activo\ corriente}{Pasivo\ corriente} = \frac{\$9.393,74}{\$11.693,74} = 80.33\%$$

Según se ha podido calcular, el presente proyecto de emprendimiento alcanza una liquidez general de 80.33% sugiriendo que se cuenta con una capacidad idónea para cumplir con las obligaciones a corto plazo.

Endeudamiento

El ratio o índice de endeudamiento representa otro de los factores a tomar en cuenta en lo que respecta a la evaluación del negocio, esto porque a través de este es posible identificar el nivel de apalancamiento bajo el cual se llevan a cabo las actividades operacionales. Para su cálculo se divide el pasivo a largo plazo para el patrimonio neto, según se expresa en la siguiente ecuación:

$$Endeudamiento = \frac{Pasivo\ largo\ plazo}{Patrimonio\ neto} = \frac{\$11.693,74}{\$18.057,87} = 64.76\%$$

Según se observa, el proyecto de emprendimiento para el alquiler de paquete de picnic de lujo con servicio de entrega a domicilio alcanza un nivel de endeudamiento del 64,76%, indicando con ello que se han utilizado recursos internos y externos de manera equilibrada en la estrategia de inversión, por lo cual el apalancamiento se ubica en un rango aceptable.

Rentabilidad

El índice de rentabilidad mayormente aplicado dentro de una evaluación financiera es el margen neto de utilidad, esto se debe a que permite hacer una relación entre los ingresos y la ganancia neta dentro del modelo de negocio a ejecutar, permitiendo así establecer un porcentaje de utilidad o beneficio de este. Para obtener su valor se aplica la siguiente ecuación:

$$\text{Margen neto de utilidad} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas netas}} = \frac{\$5.289,02}{\$123.600,00} = 4,28\%$$

Según muestra este indicador, el alquiler de paquete de picnic de lujo con servicio de entrega a domicilio alcanzan para el primer año de operaciones un margen neto de utilidad del 4,28%, concluyendo con ello que el presente modelo de negocio alcanza una rentabilidad aceptable.

Conclusiones

Una vez presentada la propuesta de negocios para su comprensión y cumpliendo con los parámetros requeridos, se concluye lo siguiente:

- Se ha implementado los fundamentos teóricos y legales involucrados al emprendimiento de picnics de lujo en el cantón El Carmen, mediante una revisión estructurada del marco legal del GAD y Cuerpo de Bomberos, para un respaldo y legal manejo de este establecimiento.
- Es perceptible que el importante segmento de consumo de este emprendimiento son los pobladores del cantón El Carmen, asimismo, se han establecido las diferentes formas de marketing como: la página web, email, redes sociales y la más esencial, la recomendación entre clientes. De esta manera, se estableció crear la empresa para que los compradores se sientan seguros y que tengan esa creencia que representa a la empresa.
- Se determinó los costos mediante los servicios de alta calidad que serán ofrecidos a los consumidores, asimismo ofrecer servicio de calidad a través de profesionales con alta capacidad y buena relación con el cliente para que los compradores prefieran los servicios de A'M picnics de lujo, ofreciendo integridad y excelencia en los servicios.
- Se establecen los recursos humanos, materiales, intelectuales y tecnológicos necesarios para la buena gestión del emprendimiento, además de la buena gestión de proveedores, la actualización continua de las redes sociales, verificación de profesionales, y acuerdos con alianzas que mejoran la iniciativa.
- Desde la apertura hasta el análisis financiero y los resultados a favor de la viabilidad y rentabilidad de los indicadores decretados, se puede asegurar que es conveniente la inversión de esta propuesta, que generara beneficios.

Recomendaciones

De la misma manera se hace énfasis en las siguientes sugerencias:

- Continuar indagando los estudios teóricos de interés antes de realizar cualquier plan, ya que ayudara a obtener información exacta que se sustentara con antelación ante cualquier duda o en la ejecución del plan.
- Conservar el constante estudio de mercado considerando los puntos fuertes tanto internos como externos para que la idea del emprendimiento logre resaltar y sea implementada con mayor posibilidad de crecimiento en el mercado.
- En función al plan desarrollado se insinúa la innovación en los procesos administrativos debido a que es de vital importancia para las empresas, pues hoy en día vivimos en un constante cambio y de competencias que demandan una mejora continua a las empresas más grandes y con clientes más exigentes.
- Considerar iniciar el plan de negocios orientado a Picnics de lujo en el cantón El Carmen, ya sea como empresa propia o con accionistas, ambos ofrecerán grande oportunidades y beneficios.
- Al desarrollar esta propuesta de creación de una empresa de picnics de lujo se generaría una nueva opción para la celebración de eventos sociales que beneficiaría a personas que hoy en día prefieren celebrar sus días especiales en la comodidad de sus casas o en espacios al aire libre.
- A su vez, este plan de negocio será establecido en el cantón El Carmen, estará relacionado con la extensión de la Universidad Laica Eloy Alfaro con varias profesiones que se vincularan durante su funcionamiento, y que traerá grandes posibilidades a los estudiantes, que, con sus conocimientos relacionados al marketing, auditoria, etc, brindaran sus servicios potenciando sus conocimientos ayudando a su formación laboral.
- Capacitación del personal técnico anualmente mediante las nuevas normas de seguridad por el COVID-19
- Considerar brindar servicios extras de alimentos y bebidas

BIBLIOGRAFÍA

Alcalde, J. C. (2017). *Economipedia*. Obtenido de Modelo CANVAS:

<https://economipedia.com/definiciones/modelo-canvas.html>

BUEN VIVIR. (2017 - 2021). Obtenido de <https://www.gobiernoelectronico.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/09/Plan-Nacional-para-el-Buen-Vivir-2017-2021.pdf>

CEUPE. (s.f.). Obtenido de <https://www.ceupe.com/blog/que-son-las-fuentes-de-financiacion.html>

COE. (2021). Obtenido de Comité de operaciones de Emergencia:

<https://www.gestionderiesgos.gob.ec/coe-nacional/>

Constitucion de la Republica del Ecuador . (2008). Obtenido de

https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf

Dominio web. (s.f.). Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/que-es-un-dominio/>

Frias, C. (2018). *Cuales son los pasos para emprender un negocio?* Obtenido de

<https://www.eluniverso.com/noticias/2018/05/28/nota/6781892/como-emprender-negocio-ecuador/>

Galan, J. S. (2015). *Economipedia*. Obtenido de Empresa:

<https://economipedia.com/definiciones/empresa.html#:~:text=Una%20empresa%20es%20una%20organizaci%C3%B3n,objetivos%20marcados%20en%20su%20formaci%C3%B3n.>

Historia del Picnic. (2021). Obtenido de <https://www.sierralagoresort.com/blog/estilo-de-vida/historia-del-picnic>

INEC. (2010). Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>

Konfio . (5 de agosto de 2019). Obtenido de [https://konfio.mx/tips/diccionario-](https://konfio.mx/tips/diccionario-financiero/plan-financiero/#:~:text=El%20plan%20financiero%20es%20un,verificar%20la%20rentabilidad%20de%20operar.&text=Este%20plan%20debe%20contener%20las,mes%20o%20a%C3%B1o%20con%20a%C3%B1o.)

[financiero/plan-](https://konfio.mx/tips/diccionario-financiero/plan-financiero/#:~:text=El%20plan%20financiero%20es%20un,verificar%20la%20rentabilidad%20de%20operar.&text=Este%20plan%20debe%20contener%20las,mes%20o%20a%C3%B1o%20con%20a%C3%B1o.)

[financiero/#:~:text=El%20plan%20financiero%20es%20un,verificar%20la%20rentabilidad%20de%20operar.&text=Este%20plan%20debe%20contener%20las,mes%20o%20a%C3%B1o%20con%20a%C3%B1o.](https://konfio.mx/tips/diccionario-financiero/#:~:text=El%20plan%20financiero%20es%20un,verificar%20la%20rentabilidad%20de%20operar.&text=Este%20plan%20debe%20contener%20las,mes%20o%20a%C3%B1o%20con%20a%C3%B1o.)

La Hora. (03 de Julio de 2007). Obtenido de <https://lahora.com.ec/noticia/589594/el-carmen-celebra-su-enorme-potencial>

LA HORA. (2007). Obtenido de <https://lahora.com.ec/noticia/589594/el-carmen-celebra-su-enorme-potencial>

Maldonado, G. (2018). *Cuales son los pasos para emprender un negocio?* Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2018/05/28/nota/6781892/como-emprender-negocio-ecuador/>

Question Pro . (2020). Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/analisis-de-mercado/#:~:text=Un%20an%C3%A1lisis%20de%20mercado%20es,las%20tendencias%20actuales%20las%20regulaciones>

Rabat, B. (17 de noviembre de 2020). *Retos en organizacion de eventos* . Obtenido de <https://www.ostealea.com/actualidad/blog-turismo/organizacion-de-eventos/retos-en-organizacion-de-eventos>

Real Academia . (2015). Obtenido de <https://www.fundeu.es/recomendacion/picnic-tilde/>

Sanchez, J. (25 de Junio de 2015). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/estudio-de-mercado.html>

Schnarch, A. (2014). Obtenido de

<https://books.google.com.ec/books?id=X8O4DQAAQBAJ&lpg=PT8&dq=El%20emp%20rendimiento%20es%20un%20t%C3%A9rmino%20%20C3%BAltimamente%20muy%20utilizado%20en%20todo%20el%20mundo%20y%20C%20aunque%20siempre%20ha%20estado%20presente%20a%20lo%20largo%20de%20la%20histori>

SRI. (2021). *www.sri.gob.ec*. Obtenido de

<https://public.tableau.com/app/profile/instituto.nacional.de.estad.stica.y.censos.inec#!/vizhome/VisualizadordeEstadisticasEmpresariales/Dportada>

Tipi . (2020). Obtenido de <https://www.oasysparquetematico.com/tipi-indio/>

Velazco, F. (2007). *Aprende a elaborar un plan de negocio*. Obtenido de

<https://www.gestiopolis.com/que-es-un-plan-de-negocios/>

Anexos

Anexo numero 1: Validación de encuesta

Manta, diciembre de 2021

Sra: Lic. Sion Saltos Gabriela

Se está realizando una investigación de carácter académico, con el objeto de Generar una propuesta de creación de una empresa de Picnics de Lujo con servicio a domicilio y al aire libre en el cantón El Carmen,

Para ello se ha diseñado y elaborado el instrumento-cuestionario anexo, el cual requiere ser validado por expertos en Organización de Eventos en relación con Picnics de Lujo, objeto de estudio de este emprendimiento.

Ud. ha sido seleccionado como Juez para realizar la respectiva validación. Su rol consiste en evaluar cada pregunta indicando su pertinencia con el objetivo específico y su redacción.

Así mismo, puede emitir cualquier observación que considere pertinente. Al finalizar debe señalar si el cuestionario cubre los propósitos, si a través del mismo se puede alcanzar los objetivos de la investigación.

Agradecido por su colaboración.

Atentamente,

Angie Patricia Mora Solorzano

235091521-7

Autor Académica

Tema de investigación:

PROPUESTA: “PROPUESTA DE CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PICNICS DE LUJO CON SERVICIO A DOMICILIO Y AL AIRE LIBRE, EN EL CARMEN, MANABÍ, 2021”

Objetivos

Objetivo general

- Desarrollar una propuesta de creación de una empresa de picnics de lujo con servicio a domicilio y al aire libre en El Carmen, Manabí

Objetivos específicos

- Establecer los fundamentos teóricos y legales relacionados al emprendimiento de picnics de lujo
- Identificar el segmento de clientes a quienes va dirigida la propuesta, con qué canales de venta pretendemos llegar a ellos y las relaciones que pueden crearse.
- Establecer la propuesta de valor en función a la oferta de los servicios de picnics en la ciudad de El Carmen.
- Identificar los recursos, actividades claves y los posibles socios para picnics de lujo.
- Realizar el análisis económico - financiero para determinar la rentabilidad del proyecto a largo plazo y bajo estos parámetros definir la viabilidad de ejecutar el mismo.

CUESTIONARIO ENCUESTA

¿Cuál es su género?

Femenino	
Masculino	

¿Qué edad tiene?

-18 años	
18 a 25 años	
26 a 30 años	
31 a 45 años	
+45 años	

¿Cuál es el monto aproximado de su salario mensual?

-\$400	
400\$ - 600\$	
600\$ - 800\$	
800\$ - 1000\$	
+\$1000	

“Picnic de lujo” es considerado acampar de forma lujosa y al aire libre.

¿Del 1 al 5, estaría dispuesto a consumir este tipo de servicio en el Cantón el Carmen?

Responda tomando en consideración que 1 es la menor puntuación y 5 la mayor puntuación

1	2	3	4	5

¿Alguna vez ha contratado este servicio de picnic de lujo?

Si	
No	

¿Está de acuerdo que se cree una empresa de picnics de lujo en el cantón El Carmen, Manabí?

Totalmente de acuerdo	
De acuerdo	
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	
En desacuerdo	
Totalmente en desacuerdo	

¿Por qué? _____

¿Los aspectos como seguridad, calidad de servicios y buenos precios son relevantes al momento contratar este tipo de servicio? Siendo 5 como mayor puntuación y 1 como menor puntuación

Muy relevantes	
Relevantes	
Ni muy relevantes ni poco relevante	
Un poco relevante	
No son nada relevantes	

¿Cuál cree usted que es un valor adecuado de venta al público de picnics con las siguientes características:

Paquete	
BÁSICO: \$60 Adecuado para 2 o 3 personas, con un mínimo de decoraciones, tapete, cojines, canasta de picnic, mantelería, y adornos.	
PREMIUM: \$80 Adecuado para 4 o 6 personas, contara con variedades de decoraciones como mesa pale, tapete, cojines, mantelería, utensilios, y adornos.	
GOLDEN: \$100 Adecuado de 8 a 10 personas, especialmente para familias y contará con variedad más	

amplia de decoraciones como, tapete, cojines, mesa pale, mantelería, utensilios, adornos, canasta, tepees y luces.	
--	--

¿Qué paquete de picnic estaría dispuesto a contratar?

Básico	
Premium	
Golden	

Con la escala del 1 al 5 ¿Qué tan dispuesto estaría en contratar este tipo de servicio para eventos sociales? Siendo 1 menor puntuación y 5 mayor puntuación.

1	2	3	4	5

¿Con que frecuencia usted contrataría el Paquete Básico?

Diario	
Semanal	
Quincenal	
Mensual	
Bimestral	
Trimestral	
Cuatrimestral	
Semestral	
Anual	

¿Con que frecuencia usted contrataría el Paquete Premium?

Diario	
Semanal	
Quincenal	
Mensual	
Bimestral	
Trimestral	
Cuatrimestral	
Semestral	
Anual	

¿Con que frecuencia usted contrataría el Paquete Golden?

Diario	
Semanal	
Quincenal	
Mensual	
Bimestral	
Trimestral	
Cuatrimestral	
Semestral	
Anual	

¿Considera usted que en el cantón El Carmen es buena opción para ofrecer este tipo de servicios?

Si	
No	

Datos Personales del Experto:

Apellidos: Si3n Saltos **Nombre:** Gabriela Janeth

Organizaci3n donde Trabaja: Facultad de Hotelería y Turismo Uleam

Título de Pregrado: Lic. en Ciencias de la Educaci3n

Título de Postgrado: Maestría en Ciencias de la Educaci3n

C. I.: 1311431710

Evaluaci3n General

A continuaci3n, se le har3 una serie de preguntas, se le pide que responda a cada una de éstas, marcando con una (x) en cualquiera de los vocablos que Ud. Considere conveniente.

1. ¿Considera Usted que las preguntas son congruentes con los objetivos de la investigaci3n?

# Pregunta	SI	NO	Observaciones
1	X		
2	X		
3	X		
4	X		
5	X		
6	X		
7	X		
8	X		
9	X		
10	X		
11	X		
12	X		
13	X		
14	X		

2. ¿Existe pertinencia entre las preguntas con la variable objeto de estudio?

# Pregunta	SI	NO	Observaciones
1	X		
2	X		
3	X		
4	X		
5	X		

6	X		
7	X		
8	X		
9	X		
10	X		
11	X		
12	X		
13	X		
14	X		

3. ¿Es adecuada la redacción de las preguntas?

# Pregunta	SI	NO	Observaciones
1	X		
2	X		
3	X		
4			Modificar el texto de puntuación
5	X		
6	X		
7	X		
8			Cambiar la forma de la tabla
9	X		
10	X		
11	X		
12	X		
13	X		
14	X		

4. ¿Considera válido el Instrumento?

Si X No _____

Observaciones: Sí, sin embargo se necesita realizar ciertas modificaciones para poder responder a criterios mencionados en los objetivos específicos. Y también debe enumerar las preguntas de la encuesta

Firma: 

Fecha: Manta, 20/12/2021

Validación de encuesta – Ing. Leydy Cevallos

Manta, diciembre de 2021

Sra: Ing. Leydy Cevallos

Se está realizando una investigación de carácter académico, con el objeto de Generar una propuesta de creación de una empresa de Picnics de Lujo con servicio a domicilio y al aire libre en el cantón El Carmen,

Para ello se ha diseñado y elaborado el instrumento-cuestionario anexo, el cual requiere ser validado por expertos en Organización de Eventos en relación con picnics de lujo, objeto de estudio de este emprendimiento.

Ud. ha sido seleccionado como Juez para realizar la respectiva validación. Su rol consiste en evaluar cada pregunta indicando su pertinencia con el objetivo específico y su redacción.

Así mismo, puede emitir cualquier observación que considere pertinente. Al finalizar debe señalar si el cuestionario cubre los propósitos, si a través del mismo se puede alcanzar los objetivos de la investigación.

Agradecido por su colaboración.

Atentamente

Angie Patricia Mora Solorzano

235091521-7

Autor Académica

Tema de investigación:

PROPUESTA: “PROPUESTA DE CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PICNICS DE LUJO CON SERVICIO A DOMICILIO Y AL AIRE LIBRE, EN EL CARMEN, MANABÍ, 2021”

Objetivos

Objetivo general

- Desarrollar una propuesta de creación de una empresa de picnics de lujo con servicio a domicilio y al aire libre en El Carmen, Manabí

Objetivos específicos

- Establecer los fundamentos teóricos y legales relacionados al emprendimiento de picnics de lujo
- Identificar el segmento de clientes a quienes va dirigida la propuesta, con qué canales de venta pretendemos llegar a ellos y las relaciones que pueden crearse.
- Establecer la propuesta de valor en función a la oferta de los servicios de picnics en la ciudad de El Carmen.
- Identificar los recursos, actividades claves y los posibles socios para picnics de lujo.
- Realizar el análisis económico - financiero para determinar la rentabilidad del proyecto a largo plazo y bajo estos parámetros definir la viabilidad de ejecutar el mismo.

CUESTIONARIO ENCUESTA

Genero

Femenino	
Masculino	

¿Cuál es su edad?

-18 años	
18 a 25 años	
26 a 30 años	
31 a 45 años	
+45 años	

Cuál es el aproximado de su salario mensual como trabajador en el cantón El Carmen

-\$400	
400\$ - 600\$	
600\$ - 800\$	
800\$ - 1000\$	
+\$1000	

Picnics de lujo es considerado acampar de forma lujosa y al aire libre. ¿Del 1 al 5 estaría dispuesto a consumir este tipo de servicio? Siendo 1 la menor puntuación y 5 la mayor puntuación

1	2	3	4	5

¿Alguna vez ha contratado este servicio de picnics de lujo?

Si	
No	

¿Está de acuerdo que se cree una empresa de picnics de lujo en el cantón El Carmen, Manabí?

En lo particular si aplica esta pregunta, la número 14 ya no tendría razón de estar

Totalmente de acuerdo	
De acuerdo	
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	
En desacuerdo	
Totalmente en desacuerdo	

¿Por qué? _____

¿Los aspectos como seguridad, calidad de servicios y buenos precios son relevantes al momento de contratar este tipo de servicio? Siendo 5 como mayor puntuación y 1 como menor puntuación

Muy relevantes	
Relevantes	
Ni muy relevantes ni poco relevante	
poco relevante	
No son nada relevantes	

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los servicios de un picnic con las siguientes características:

PAQUETE BÁSICO	60\$	Adecuado para 2 o 3 personas, con un mínimo de decoraciones, tapete, cojines, canasta de picnic, mantelería, y adornos.	
PREMIUM	\$80	Adecuado para 4 o 6 personas, contara con variedades de decoraciones como mesa pale, tapete, cojines, mantelería, utensilios, y adornos.	
GOLDEN	\$100	Adecuado de 8 a 10 personas, especialmente para familias y contará con variedad más amplia de decoraciones como, tapete, cojines, mesa pale, mantelería, utensilios,	

		adornos, canasta, tepees y luces.	
No estaría dispuesto a pagar			

¿Qué paquete de picnic contratarían, básico, premium o Golden?

Básico	
Premium	
Golden	

Con la escala del 1 al 5 ¿Qué tan dispuesto / interesado estaría en contratar este tipo de servicio para eventos sociales? Siendo 1 menor puntuación y 5 mayor puntuación.

1	2	3	4	5

¿Con que frecuencia usted contrataría el Paquete Básico?

Diario	
Semanal	
Quincenal	
Mensual	
Bimestral	
Trimestral	
Cuatrimestral	
Semestral	
Anual	

¿Con que frecuencia usted contrataría el Paquete Premium?

Diario	
Semanal	
Quincenal	
Mensual	
Bimestral	
Trimestral	
Cuatrimestral	
Semestral	
Anual	

¿Con que frecuencia usted contrataría el Paquete Golden?

Diario	
Semanal	
Quincenal	
Mensual	
Bimestral	
Trimestral	
Cuatrimestral	
Semestral	
Anual	

¿Considera usted que en el cantón El Carmen es buena opción para ofrecer este tipo de servicios?

Esta pregunta ya no iría

Si	
No	

Datos Personales del Experto:

Apellidos: Cevallos Barberán Leydy María

Organización donde Trabaja: Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí

Título de Pregrado: Ingeniera en Administración de empresas Hoteleras

Título de Post Grado: Máster Universitario en Gestión Internacional del Turismo.

Mención en Gestión Internacional de Destinos Turísticos.

C. I.: 1313599522

Evaluación General

A continuación, se la hará una serie de preguntas, se le pide que responda a cada una de éstas, marcando con una (x) en cualquiera de los vocablos que Ud. Considere conveniente.

1. ¿Considera Usted que las preguntas son congruentes con los objetivos de la investigación?

# Pregunta	SI	NO	Observaciones
1	X		
2	x		
3	x		
4	x		
5	x		
6	x		
7	x		
8	x		
9	x		
10	x		
11	x		
12	x		
13	x		
14		x	Reemplazar por la pregunta 6

2. ¿Existe pertinencia entre las preguntas con la variable objeto de estudio?

# Pregunta	SI	NO	Observaciones
1	x		
2	x		
3	x		
4	x		
5	x		
6	x		

7	x		
8	x		
9	x		
10	x		
11	x		
12	x		
13	x		
14		x	Reemplazar por la pregunta 6

3. ¿Es adecuada la redacción de las preguntas?

# Pregunta	SI	NO	Observaciones
1	x		
2	x		
3	x		
4	x		
5	x		
6	x		
7	x		
8	x		
9	x		
10	x		
11	x		
12	x		
13	x		
14		x	Reemplazar por la pregunta 6

4. ¿Considera válido el Instrumento?

Si x No

Observaciones: Es necesario realizar las correcciones de acuerdo con las observaciones manifestadas.

Firma:



Ing. Leydy Cevallos Barberán

Fecha: 22 de diciembre del 2021

Anexo número 2: Modelo de encuesta

	UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ Facultad de Hotelería y Turismo Carrera Hotelería
<p>La siguiente encuesta tiene como propósito recolectar información que será considerada de manera esencial en el estudio para la realización un proyecto de emprendimiento basado en la implementación de Picnics de lujo en el cantón El Carmen, la misma que será aplicada a un número determinado de pobladores de dicho cantón.</p> <p>Para el desarrollo de la encuesta debe leer detenidamente cada una de las preguntas y responder de manera apropiada.</p>	

1. Genero

Femenino		
Masculino		

2. ¿Cuál es su edad?

-18 años	
18 a 25 años	
26 a 30 años	
31 a 45 años	
+45 años	

3. Cuál es el aproximado de su salario mensual como trabajador en el cantón El

Carmen

-\$400	
400\$ - 600\$	
600\$ - 800\$	
800\$ - 1000\$	
+\$1000	

4. **Picnics de lujo es considerado acampar de forma lujosa y al aire libre. ¿Del 1 al 5 estaría dispuesto a consumir este tipo de servicio?**

Responda tomando en consideración que 1 es la menor puntuación y 5 la mayor puntuación.

1	2	3	4	5

5. **¿Alguna vez ha contratado este servicio de picnics de lujo?**

Si	
No	

6. **¿Está de acuerdo que se cree una empresa de picnics de lujo en el cantón El Carmen, Manabí?**

Totalmente de acuerdo	
De acuerdo	
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	
En desacuerdo	
Totalmente en desacuerdo	

¿Por qué? _____

7. **¿Los aspectos como seguridad, calidad de servicios y buenos precios son relevantes al momento contratar este tipo de servicio?**

Muy relevantes	
Relevantes	
Ni muy relevantes ni poco relevante	
Un poco relevante	
No son nada relevantes	

8. **¿Cuántos estaría dispuesto a pagar por los servicios de un picnic con las siguientes características:**

PAQUETE BÁSICO	60\$	Adecuado para 2 o 3 personas, con un mínimo de decoraciones, tapete, cojines, canasta de picnic, mantelería, y adornos.	
PREMIUM	\$80	Adecuado para 4 o 6 personas, contara con variedades de decoraciones como mesa pale, tapete, cojines, mantelería, utensilios, y adornos.	
GOLDEN	\$100	Adecuado de 8 a 10 personas, especialmente para familias y contará con variedad más amplia de decoraciones como, tapete, cojines, mesa pale, mantelería, utensilios, adornos, canasta, tepees y luces.	
	No estaría dispuesto a pagar		

9. ¿Qué paquete de picnic contratarían, básico, premium o Golden?

Básico	
Premium	
Golden	

10. Con la escala del 1 al 5 ¿Qué tan dispuesto estaría en contratar este tipo de servicio para eventos sociales?

Responda tomando en consideración que 1 es la menor puntuación y 5 es la mayor puntuación.

1	2	3	4	5

11. ¿Con que frecuencia usted contrataría el Paquete Básico?

Diario	
Semanal	
Quincenal	
Mensual	
Bimestral	
Trimestral	
Cuatrimestral	
Semestral	
Anual	

12. ¿Con que frecuencia usted contrataría el Paquete Premium?

Diario	
Semanal	
Quincenal	
Mensual	
Bimestral	
Trimestral	
Cuatrimestral	
Semestral	
Anual	

13. ¿Con que frecuencia usted contrataría el Paquete Golden?

Diario	
Semanal	
Quincenal	
Mensual	
Bimestral	
Trimestral	
Cuatrimestral	
Semestral	
Anual	

Anexo numero 3: Tabulaciones

Resultados y análisis de la encuesta

1. Genero

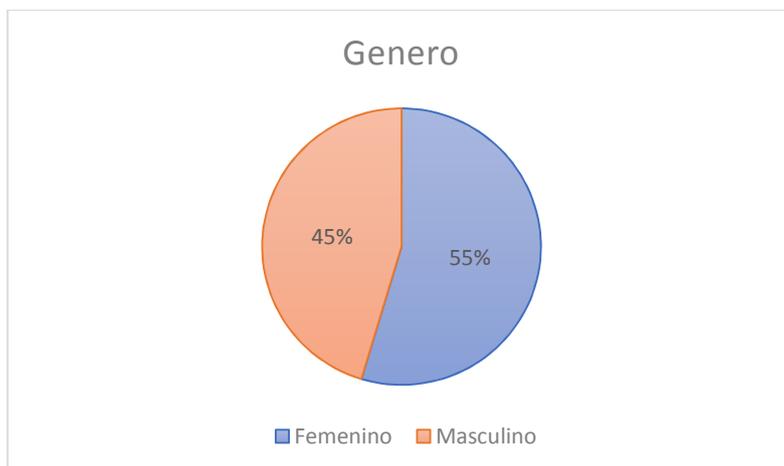
Tabla numero 36: Genero de los encuestados

Variables	Número de personas	Porcentaje
Femenino	205	55%
Masculino	170	45%
Total	375	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Angie Mora

Gráfico numero 11: Genero de los encuestados



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Angie Mora

Las personas encuestadas nos reflejan que el 55% son femeninas y el 45% son masculinas.

2. Edad

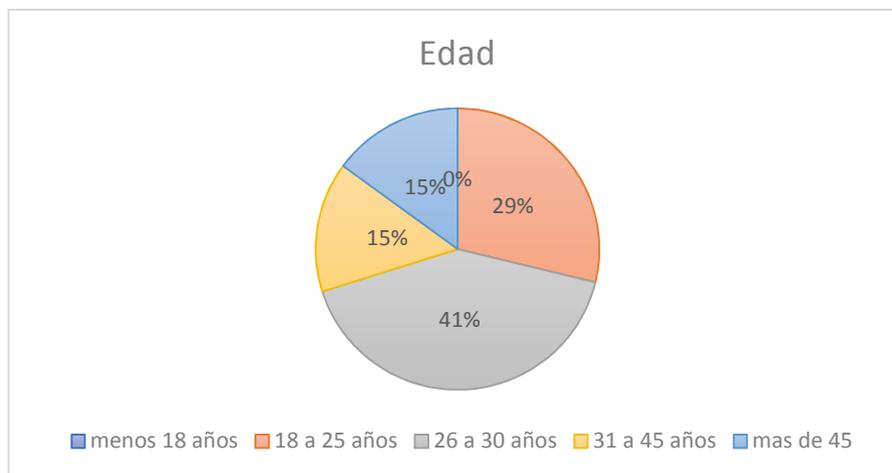
Tabla numero 37: Edad de los encuestados

Variable	Número de personas	Porcentaje
-18 años	0	0%
18 a 25 años	108	29%
26 a 30 años	155	41%
31 a 45 años	56	15%
+45 años	56	15%
Total	375	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Angie Mora

Gráfico numero 12: Edad



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Angie Mora

Las personas encuestadas nos reflejan que el 41% son de entre los 26 años a 30 años, el 29% son de entre los 18 a 25 años, el 15 son de entre los 31 a 45 años, el 15% son más de 45 años y el 0% son los menos de 18 años.

3. Cuál es el aproximado de su salario mensual como trabajador en el cantón El Carmen

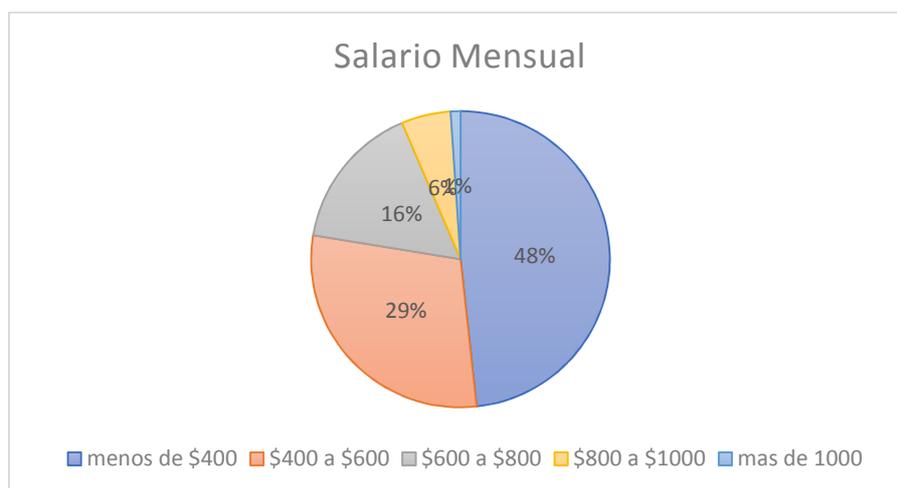
Tabla numero 38: Salario mensual

Variables	Número de personas	Porcentaje
-\$400	181	48%
\$400 a \$600	110	29%
\$600 a \$800	60	16%
\$800 a \$1000	20	6%
+ 1000	4	1
Total	375	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Angie Mora

Gráfico numero 13: Salario mensual



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Angie Mora

Las personas encuestadas nos reflejan que el 48% tienen un salario menos de \$400, el 29% tienen un salario de \$400 a \$600, el 16% de \$600 a \$800, el 6% de \$800 a \$1000 y 1% tienen el salario de más de \$1000.

4. Picnics de lujo es considerado acampar de forma lujosa y al aire libre.
 ¿Del 1 al 5 estaría dispuesto a consumir este tipo de servicio? *Responda tomando en consideración que 1 es la menor puntuación y 5 es la mayor puntuación.*

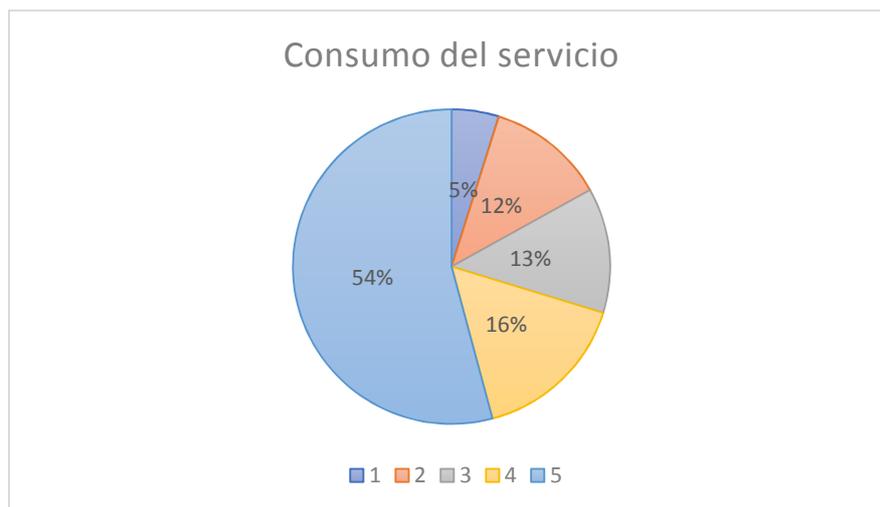
Tabla numero 39: Consumo del servicio

Variables	Número de personas	Porcentaje
1	18	5%
2	45	12%
3	48	13%
4	60	16%
5	202	54%
Total	375	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Angie Mora

Gráfico numero 14: Consumo del servicio



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Angie Mora

Las personas encuestadas nos reflejan que el 54% dan una puntuación de 5 al consumir este servicio, el 16% dan una puntuación de 4 al consumir este servicio, el 13% dan una puntuación de 3 al consumir este servicio, el 12% dan una puntuación de 2 al consumir este servicio y el 5% dan una puntuación de 1 al consumir este servicio.

5. ¿Alguna vez ha contratado este servicio de picnics de lujo?

Tabla numero 40: Contratación del servicio

Variables	Número de personas	Porcentaje
Si	89	24%
No	286	76%
Total	375	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Angie Mora

Gráfico numero 15: Contratación del servicio



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Angie Mora

Las personas encuestadas nos reflejan que el 76% no han contratado este servicio y el 24% si han contratado este servicio de picnics de lujo.

6. ¿Está de acuerdo que se cree una empresa de picnics de lujo en el cantón El Carmen?

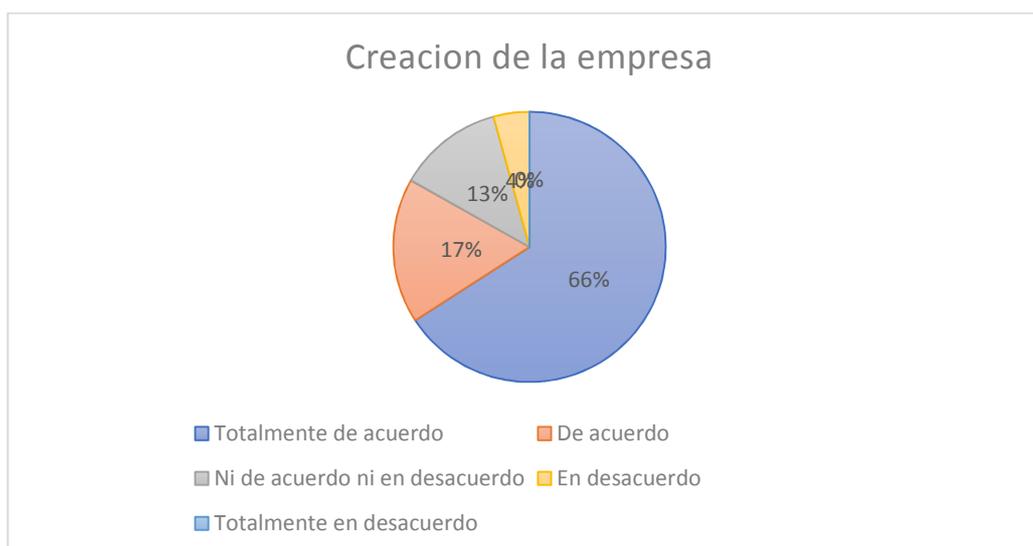
Tabla numero 41: Creación de la empresa

Variables	Números de personas	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	247	66%
De acuerdo	65	17%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	47	13%
En desacuerdo	16	4%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	375	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Angie Mora

Gráfico numero 16: Creación de la empresa



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Angie Mora

Las personas encuestadas nos reflejan que el 66% está totalmente de acuerdo en crear una empresa de picnics de lujo, el 17% está de acuerdo en crear la empresa, el 13% está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 4% está en desacuerdo y el 0% está totalmente en desacuerdo.

7. ¿Los aspectos como seguridad, calidad de servicios y buenos precios son relevantes al momento contratar este tipo de servicio?

Tabla numero 42: Aspectos relevantes

Variables	Número de personas	Porcentajes
Muy relevantes	296	79%
Relevantes	52	14%
Ni muy relevantes ni poco relevante	27	7%
Un poco relevante	0	0%
No son nada relevantes	0	0%
Total	375	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Angie Mora

Gráfico numero 17: Aspectos relevantes



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Angie Mora

Las personas encuestadas nos reflejan que el 79% consideran muy relevantes los aspectos seguridad, calidad de servicios y buenos precios, el 14% consideran relevantes, el 7% ni muy relevantes ni poco relevantes, el 0% un poco relevantes y el 0% consideran que no son nada relevantes.

8. ¿Cuántos estaría dispuesto a pagar por los servicios de un picnic con las siguientes características:

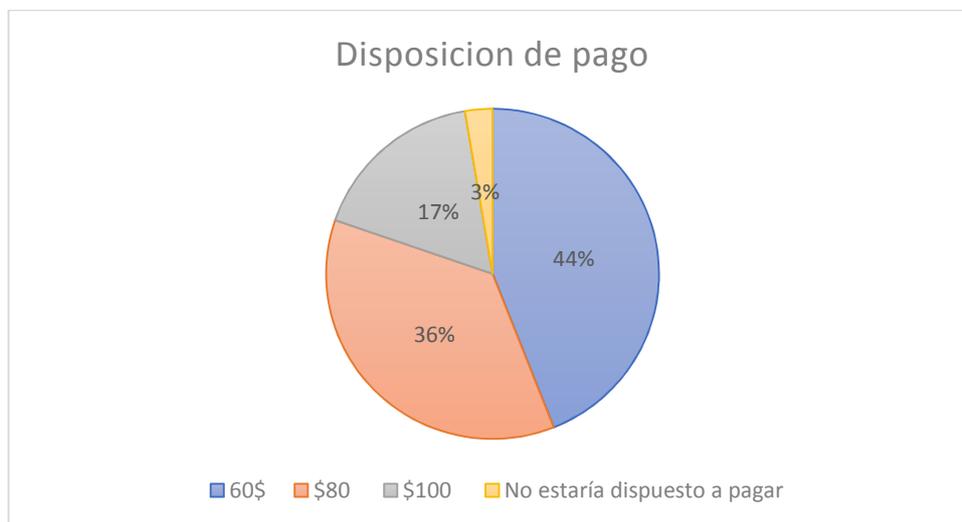
Tabla número 43: Disposición de pago

Variables	Número de personas	Porcentaje
\$60	165	44%
\$80	136	36%
\$100	64	17%
No estaría dispuesto a pagar	10	3%
Total	375	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Angie Mora

Gráfico numero 18: Disposición de pago



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Angie Mora

Las personas encuestadas nos reflejan que el 44% estarían dispuestos a pagar entre los \$40 - \$60, el 36% están dispuestos en pagar entre los \$60 - \$80, el 17% entre los \$80 - \$100 y el 3% no estarían dispuestos a pagar.

9. ¿Qué paquete de picnic contratarían, básico, premium o Golden?

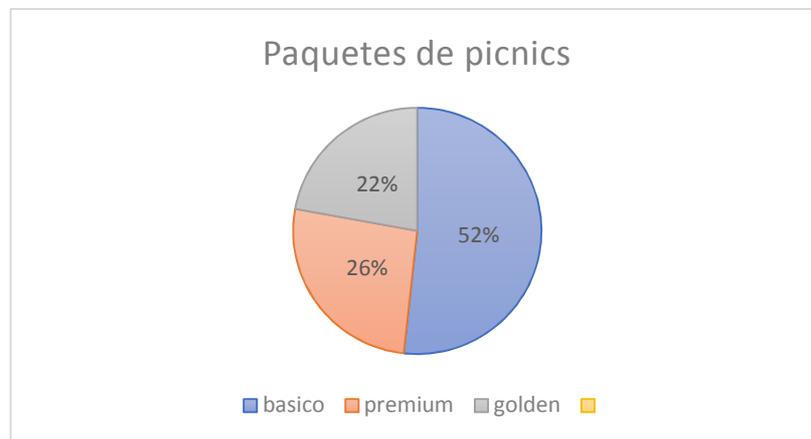
Tabla numero 44: Que paquete de picnic contratarían

Variables	Número de personas	Porcentaje
Básico	194	52%
Premium	98	26%
Golden	83	22%
Total	375	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Angie Mora

Gráfico numero 19: Paquete de contratación



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Angie Mora

Las personas encuestadas nos reflejan que el 52% están dispuestas a contratar el paquete básico, el 26% contratarían el paquete premium y el 22% están dispuestos a contratar el paquete Golden.

10. Con la escala del 1 al 5 ¿Qué tan dispuesto estaría en contratar este tipo de servicio para eventos sociales? *Responda tomando en consideración que 1 es la menor puntuación y 5 es la mayor puntuación.*

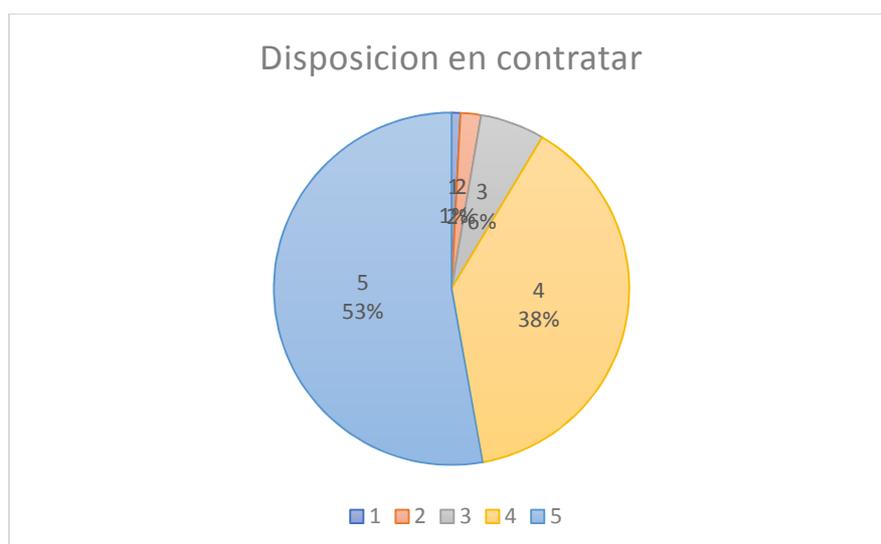
Tabla numero 45: Disposición en contratar

Variables	Número de personas	Porcentaje
1	3	1%
2	7	2%
3	22	6%
4	145	38%
5	198	53%
Total	375	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Angie Mora

Gráfico numero 20: Disposición en contratar



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Angie Mora

Las personas encuestadas nos reflejan que el 53% dan una puntuación de 5 para contratar este servicio, el 38% puntúan de 4 para contratar este servicio, el 6% dan una puntuación de 3, el 2% dan una puntuación de 2 y el 1% dan una puntuación de 1 para contratar este tipo de servicio.

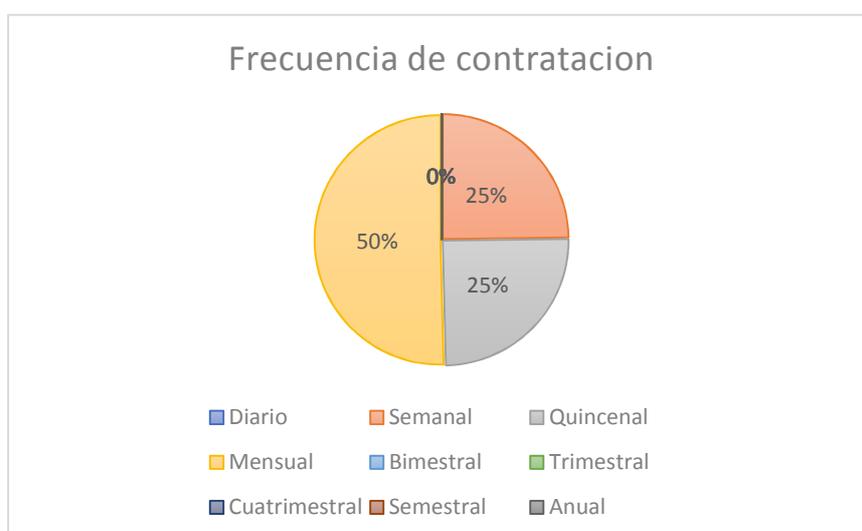
11. ¿Con que frecuencia usted contrataría el paquete básico?

Tabla numero 46: Frecuencia de contratación del paquete básico

Variables	Número de personas	Porcentaje
Diario	0	0%
Semanal	93	25%
Quincenal	93	25%
Mensual	189	50%
Bimestral	0	0%
Trimestral	0	0%
Cuatrimestral	0	0%
Semestral	0	0%
Anual	0	0%
Total	375	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Angie Mora

Gráfico numero 21: Frecuencia de contratación paquete básico



Fuente: Encuesta
Elaborado por: Angie Mora

Las personas encuestadas nos reflejan que el 50% están dispuestos a contratar mensualmente el paquete básico, el 25% contrataría quincenalmente, el 25% contrataría semanalmente y el 0% contrataría diariamente, bimestral, trimestral, cuatrimestral, semestral, y anual el paquete básico.

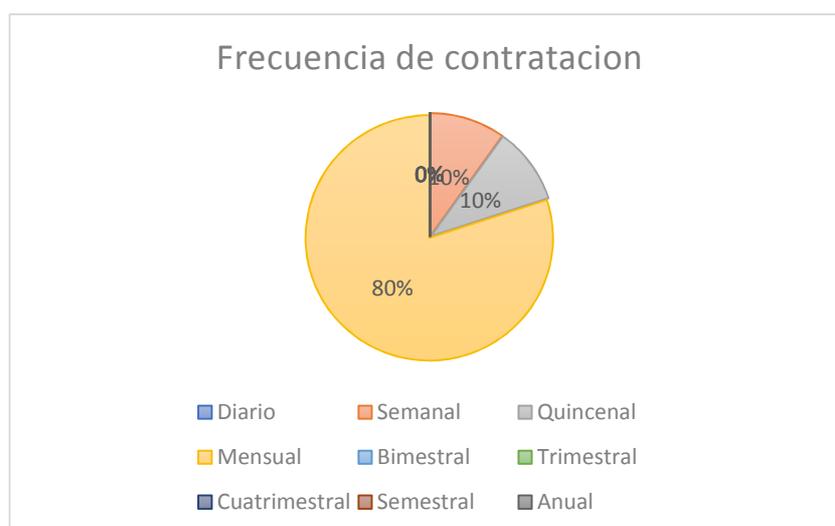
12. ¿Con que frecuencia usted contrataría el Paquete Premium?

Tabla numero 47: Frecuencia de contratación paquete premium

Variables	Número de personas	Porcentaje
Diario	0	0%
Semanal	37	10%
Quincenal	38	10%
Mensual	300	80%
Bimestral	0	0%
Trimestral	0	0%
Cuatrimestral	0	0%
Semestral	0	0%
Anual	0	0%
Total	375	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Angie Mora

Gráfico numero 22: Frecuencia de contratación paquete premium



Fuente: Encuesta
Elaborado por: Angie Mora

Las personas encuestadas nos reflejan que el 80% están dispuestos a contratar mensualmente el paquete premium, el 10% contrataría quincenalmente, el 10% contrataría semanalmente y el 0% contrataría diariamente, bimestral, trimestral, cuatrimestral, semestral, y anual el paquete premium.

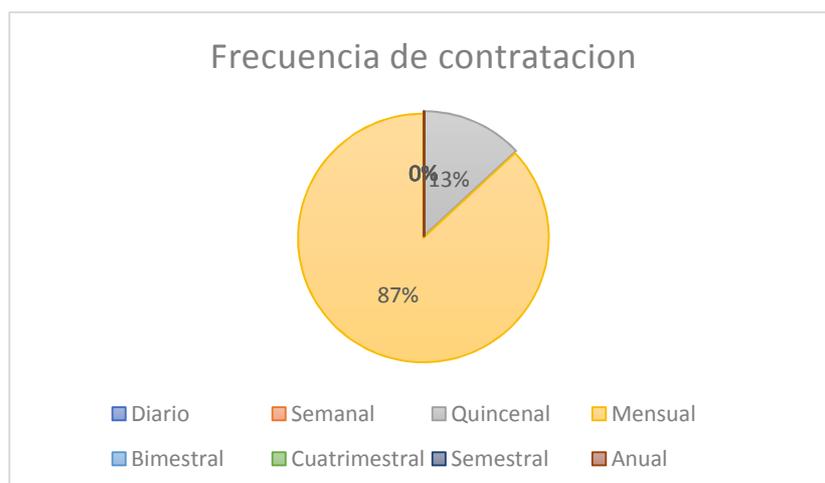
13. ¿Con que frecuencia usted contrataría el Paquete Golden?

Tabla numero 48: Frecuencia de contratación paquete Golden

Variables	Número de personas	Porcentaje
Diario	0	0%
Semanal	0	0%
Quincenal	49	13%
Mensual	326	87%
Bimestral	0	0%
Trimestral	0	0%
Cuatrimstral	0	0%
Semestral	0	0%
Anual	0	0%
Total	375	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Angie Mora

Gráfico numero 23: Frecuencia de contratación paquete Golden



Fuente: Encuesta
Elaborado por: Angie Mora

Las personas encuestadas nos reflejan que el 87% están dispuestos a contratar mensualmente el paquete Golden, el 13% contrataría quincenalmente, el 0% contrataría semanalmente, diariamente, bimestral, trimestral, cuatrimstral, semestral, y anual el paquete Golden.

Anexo numero 3: Entrevista

Entrevista a -Elisa Vera de Era Catering Eventos

¿Porque decidió emprender en este tipo de servicio?

Es algo que se estaba viniendo por ser innovador y porque estaba llegando como tal a Ecuador y la mayoría no sabía sobre este servicio

¿Qué tipo de personas suelen consumir este tipo de servicio?

La mayoría son mujeres trabajadoras que les gustaría celebrar los cumpleaños de sus hijos, también no está de más decir que los hombres también consumen para aniversarios o pedidas de mano

¿Cuánto es el promedio de uso de cada paquete que usted ofrece a los clientes?

Cada paquete les damos uso de unas 5 veces porque los materiales se saben desgastar, ensuciar, y también es bueno dar de baja algunos materiales para innovar modelos, colores etc.

¿Cuánto es su ingreso mensual y anual en los picnics de lujo?

En los últimos meses ha sido normal, son meses que por lo general son más de cumpleaños. Diría que el último mes, unos 250\$ con todos los gastos del servicio, y anual un promedio de 2.500\$

¿Desde qué tiempo comenzó a ser rentable los picnics de lujo?

Desde el tercer año

¿Cuáles son los meses de temporada alta y baja?

Los meses de temporada alta son febrero, mayo, julio y diciembre

¿Cuántos servicios de picnic ofrece y cuáles son sus costos?

No tengo un numero definido, ofrezco para cualquier ocasión y los costos son entre los 120\$ a 150\$

¿Cuántos empleados tiene al momento de ofrecer su servicio?

Mi emprendimiento es con mi esposo, a veces estamos solos los dos, pero cuando hay varias reservas contrato un chico eventual.

¿Es rentable su negocio a pesar de los bajos ingresos económicos que conlleva la pandemia?

Al principio de la pandemia claro que hubo bajos ingresos, pero no del todo porque mi servicio no requiere tantas personas y no conlleva a un lugar cerrado.

Entrevista a –Meribel Anchundia de Meri Eventos

¿Porque decidió emprender en este tipo de servicio?

Sinceramente porque lo vi rentable, no se necesita tantos materiales ni tanta imaginación

¿Qué tipo de personas suelen consumir este tipo de servicio?

Todo tipo, de jóvenes parejas, hasta esposos

¿Cuánto es el promedio de uso de cada paquete que usted ofrece a los clientes?

Las personas creen que en estos tipos de emprendimiento los materiales se reutilizan muchas veces, pero la verdad es que no, existe un limite de uso y en mi emprendimiento se utilizan unas 6 o 7 veces, pero no siempre. Ya que hay materiales que se deterioran con varios usos, pero promediando unas 5 veces como mínimo.

¿Cuánto es su ingreso mensual y anual en los picnics de lujo?

En el último mes unos 150\$ con todos los gastos del servicio, y anual un promedio de 1.800\$ hay meses donde no se vende nada, y hay meses que hay hasta tres reservaciones

¿Desde qué tiempo comenzó a ser rentable los picnics de lujo?

Desde el año

¿Cuáles son los meses de temporada alta y baja?

Los meses de temporada alta varían, como mes pico siempre es febrero y diciembre, de ahí varía mucho

¿Cuántos servicios de picnic ofrece y cuáles son sus costos?

Tengo 3 principales, que son para cumpleaños, aniversarios y días festivos como día de la madre/padre y los costos son entre los 100\$ a 150\$

¿Cuántos empleados tiene al momento de ofrecer su servicio?

El negocio lo llevo con mi hija, pero si contrato a alguien para el transporte

¿Es rentable su negocio a pesar de los bajos ingresos económicos que conlleva la pandemia?

La verdad que si, como le dije este servicio no es algo tan formulado, es algo sencillo que los clientes lo ven como algo innovador y que no se necesita mucho.

Anexo numero 4: Calculo de la muestra

Tabla numero 50: Cálculo de la muestra

Cálculo de la muestra

La población con la cual se realizó la encuesta está representada en 875 personas (datos facilitados por cuenta propia que simbolizan el número de trabajadores del municipio, del colegio Israel, Nacional y de la fábrica de chifles. Para el cálculo de la muestra se utilizó la siguiente fórmula de población finita que considera una distribución normal con un nivel de confianza de 96% para obtener una muestra a partir de la población.

Fórmula para calcular la muestra finita

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

N= Población

q= Probabilidades en contra

n= Muestra

z= Nivel de confianza

p= Probabilidades a favor

e= Error de muestra

La población sobre la cual se desea aplicar el muestreo es de 875 personas (N), los porcentajes de ocurrencia se tomarán de 50% (P y Q) cada uno, teniendo presente que se desea evaluar con un nivel de confianza del 96%, para el cual el valor estadístico de Z asignado es de 2.05%. Se acepta un 4% como porcentaje de error (e) y una proporción verdadera del 50% (P), para obtener lo siguiente:

$$N = \frac{2.05^2 * 0.5 * 0.5 * 875}{0.04^2 * (875-1) + 2.05^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$N = \frac{919.30}{2.5}$$

$$2.5$$

$$n = 375.37$$

Con el dato encontrado mediante la aplicación de la fórmula, se determina que el número de encuestas requeridas es de **375**

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Angie Mora

Anexo numero 5: Competencias

Tabla numero 51: Competencias

Nombre del establecimiento	del Era Catering eventos	Rancho Fernando	San Meri eventos
Ubicación	El Carmen	El Carmen	Santo Domingo
Tipos de picnic	Cumpleaños, aniversario	Cumpleaños	Cumpleaños
Otras áreas para ofrecer	Comida/catering	No	Comida
Exclusivo para todo publico	Si	Si	No
Precio	\$150	\$130	\$120

*Fuente: Estudio del mercado
Elaborado por: Angie Mora*

Anexo numero 6: Materiales y materias primas (descripción del producto)

Tabla numero 50: Materia prima, paquete Couples love

Paquetes básicos	Materiales/Insumo	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Couples love	Mesa pale	1	\$ 60,00	\$ 60,00
	Mantel beige	1	\$ 5,00	\$ 5,00
	Cojines cafés	3	\$ 7,00	\$ 21,00
	Canasta de picnic	1	\$ 10,00	\$ 10,00
	Flores de centro	1	\$ 5,00	\$ 5,00
	Platos beige	2	\$ 2,00	\$ 4,00
	Vasos filos dorados	2	\$ 2,00	\$ 4,00
	Copas sencillas	2	\$ 1,00	\$ 2,00
	Carpa	1	\$ 78,48	\$ 78,48
TOTAL				\$ 189,48

*Fuente: Estudio del mercado
Elaborado por: Angie Mora*

En Paquetes Básicos “Couples Love” el costo de materia prima de es de \$189,48 para producir 4 picnics con utilidad de 5 veces.

Tabla numero 51: Materia prima, paquete Birthday friends

Paquetes básicos	Materiales/Insumo	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Birthday's friends	Mesa pale	1	\$ 60,00	\$ 60,00
	Mantel tejido blando	1	\$ 5,00	\$ 5,00
	Cojines multicolor	3	\$ 7,00	\$ 21,00
	Canasta de picnic	1	\$ 10,00	\$ 10,00
	Flores primaverales	1	\$ 5,00	\$ 5,00
	Platos blancos	3	\$ 1,00	\$ 3,00
	Vasos de colores	3	\$ 0,50	\$ 1,50
	Carpa	1	\$ 78,48	\$ 78,48
TOTAL				\$ 183,98

Fuente: Estudio del mercado

Elaborado por: Angie Mora

En Paquetes Básicos “Birthday's friends” el costo de materia prima de es de \$183,98 para producir 6 picnics con utilidad de 5 veces.

Tabla numero 52: Materia prima, paquete Wild feeling

Paquetes básicos	Materiales/Insumo	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Wild feeling	Mesa pale	1	\$ 60,00	\$ 60,00
	Mantel otoñal	1	\$ 5,00	\$ 5,00
	Cojines grises	3	\$ 7,00	\$ 21,00
	Canasta de picnic	1	\$ 10,00	\$ 10,00
	Flores de otoño	1	\$ 5,00	\$ 5,00
	Plato de madera	3	\$ 1,50	\$ 4,50
	Vasos bambu	3	\$ 2,00	\$ 6,00
	Carpa	1	\$ 78,48	\$ 78,48
TOTAL				\$ 189,98

Fuente: Estudio del mercado

Elaborado por: Angie Mora

En Paquetes Básicos “Wild feeling” el costo de materia prima de es de \$189,98 para producir 2 picnics con utilidad de 5 veces.

Tabla numero 53: Materia prima, paquete Sweet Candy

Paquetes básicos	Materiales/Insumo	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Sweet Candy	Mesa pale	1	\$ 60,00	\$ 60,00
	Mantel de puntos	1	\$ 5,00	\$ 5,00
	Cojines Turquesa	2	\$ 7,00	\$ 14,00
	Cojin Fucsia	1	\$ 7,00	\$ 7,00
	Canasta de picnic	1	\$ 10,00	\$ 10,00
	Globos de colores	12	\$ 0,20	\$ 2,40
	Centro para torta	3	\$ 1,00	\$ 3,00
	Cuerda de Pompones	1	\$ 0,50	\$ 0,50
	Carpa	1	\$ 78,48	\$ 78,48
TOTAL				\$ 180,38

Fuente: Estudio del mercado

Elaborado por: Angie Mora

En Paquetes Básicos “Sweet Candy” el costo de materia prima de es de \$180,38 para producir 4 picnics con utilidad de 5 veces.

Tabla numero 54: Materia prima, paquete My one and Only

Paquetes básicos	Materiales/Insumo	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
My one and Only	Mesa pale	1	\$ 60,00	\$ 60,00
	Mantel rojo	1	\$ 5,00	\$ 5,00
	Cojines filos dorados	2	\$ 7,00	\$ 14,00
	Mini pizarra	1	\$ 10,00	\$ 10,00
	Globos en arco	12	\$ 5,00	\$ 60,00
	Camino de rosas	3	\$ 1,50	\$ 4,50
	Tepee	1	\$ 2,00	\$ 2,00
	Carpa	1	\$ 78,48	\$ 78,48
TOTAL				\$ 233,98

Fuente: Estudio del mercado

Elaborado por: Angie Mora

En Paquetes Básicos “My one and Only” el costo de materia prima de es de \$233,98 para producir 2 picnics con utilidad de 5 veces.

Tabla numero 55: Materia prima, paquete Children's day

Paquetes Premiun	Materiales/Insumo	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Children's day	Mesa doble desplegable	1	\$ 60,00	\$ 60,00
	Mantel brillos	1	\$ 5,00	\$ 5,00
	Cojines varios colores	6	\$ 7,00	\$ 42,00
	Platos varios colores	6	\$ 10,00	\$ 60,00
	Utensilios plateados	6	\$ 5,00	\$ 30,00
	Vasos escarchados	6	\$ 1,50	\$ 9,00
	Tepee	2	\$ 2,00	\$ 4,00
	Individuales de papel	6	\$ 2,00	\$ 12,00
	Carpa	1	\$ 78,48	\$ 78,48
TOTAL				\$ 300,48

*Fuente: Estudio del mercado**Elaborado por: Angie Mora*

En Paquetes Premium "Children's day" el costo de materia prima de es de \$300,48 para producir 3 picnics con utilidad de 5 veces.

Tabla numero 56: Materia prima, paquete Our anniversary

Paquetes Premiun	Materiales/Insumo	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Our anniversary	Mesa doble desplegable	1	\$ 60,00	\$ 60,00
	Mantel dorado de flor	1	\$ 5,00	\$ 5,00
	Cojines blancos con filos dorados	4	\$ 7,00	\$ 28,00
	Centro de mesa de velas	1	\$ 10,00	\$ 10,00
	Utensilios filos dorados	4	\$ 5,00	\$ 20,00
	Vasos de vidrio	4	\$ 1,50	\$ 6,00
	Copas de vidrio	4	\$ 2,00	\$ 8,00
	Individuales rojos	4	\$ 1,00	\$ 4,00
	Servilleta de tela blanco	4	\$ 2,00	\$ 8,00
	Carpa	1	\$ 78,48	\$ 78,48
TOTAL				\$ 227,48

*Fuente: Estudio del mercado**Elaborado por: Angie Mora*

En Paquetes Premium "Our anniversary" el costo de materia prima de es de \$227,48 para producir 1 picnic con utilidad de 5 veces.

Tabla numero 57: Materia prima, paquete Fathers and Mother's Day

Paquetes Premium	Materiales/Insumo	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Fathers and Mothers day	Mesa doble desplegable	1	\$ 60,00	\$ 60,00
	Mantel filis plateados	1	\$ 5,00	\$ 5,00
	Cojines blancos con filis planteados	4	\$ 7,00	\$ 28,00
	Centro de mesa de velas y flores	1	\$ 10,00	\$ 10,00
	Utensilios plateados	4	\$ 5,00	\$ 20,00
	Vasos de vidrio	4	\$ 1,50	\$ 6,00
	Copas de vidrio	4	\$ 2,00	\$ 8,00
	Carpa	1	\$ 78,48	\$ 78,48
TOTAL				\$ 215,48

*Fuente: Estudio del mercado
Elaborado por: Angie Mora*

En Paquetes Premium “Fathers and mothers day” el costo de materia prima de es de \$215,48 para producir 2 picnics con utilidad de 5 veces.

Tabla numero 58: Materia prima, paquete Picnic Celebration

Paquetes Gold	Materiales/Insumo	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Pinic Celebretation	Mesa triple desplegable	1	\$ 60,00	\$ 60,00
	Mantel café	1	\$ 5,00	\$ 5,00
	Cojines blancos y gris	8	\$ 7,00	\$ 56,00
	Centro de mesa de frutas	2	\$ 10,00	\$ 20,00
	Utensilios plateados	1	\$ 5,00	\$ 5,00
	Vasos de vidrio	8	\$ 1,50	\$ 12,00
	Copas de vidrio	8	\$ 2,00	\$ 16,00
	Individuales naranjas	8	\$ 1,00	\$ 8,00
	Platos grandes blancos	8	\$ 1,00	\$ 8,00
	Servilletas de tela blanca	8	\$ 1,00	\$ 8,00
	Luces tipo guirnaldas	1	\$ 1,00	\$ 1,00
	Mesa decorativa	1	\$ 1,00	\$ 1,00
	Letras decorativas	1	\$ 1,00	\$ 1,00
	Carpa	1	\$ 78,48	\$ 78,48
	TOTAL			

*Fuente: Estudio del mercado
Elaborado por: Angie Mora*

En Paquetes Gold “Picnic celebration” el costo de materia prima de es de \$279,48 para producir 3 picnics con utilidad de 5 veces.

Tabla numero 59: Materia prima, paquete Luxury wedding

Paquetes Gold	Materiales/Insumo	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Luxury wedding	Mesa de cuatro desplegable	1	\$ 60,00	\$ 60,00
	Mantel verde esmeralda	1	\$ 5,00	\$ 5,00
	Cojines beige	10	\$ 7,00	\$ 70,00
	Centro de rosas color melón	4	\$ 10,00	\$ 40,00
	Utensilios dorados	10	\$ 5,00	\$ 50,00
	Vasos de vidrio	10	\$ 1,50	\$ 15,00
	Copas de vidrio	10	\$ 2,00	\$ 20,00
	Platos de base dorados	10	\$ 1,00	\$ 10,00
	Platos grandes blancos	10	\$ 1,00	\$ 10,00
	Servilletas de tela blanca fillos dorados	10	\$ 1,00	\$ 10,00
	Luces tipo guirnalda	3	\$ 1,00	\$ 3,00
	Mesa decorativa	1	\$ 1,00	\$ 1,00
	Tepees	3	\$ 1,00	\$ 3,00
	Carpa	1	\$ 78,48	\$ 78,48
TOTAL				\$ 375,48

Fuente: Estudio del mercado

Elaborado por: Angie Mora

En Paquetes Gold “Luxury wedding” el costo de materia prima de es de \$375,48 para producir 2 picnics con utilidad de 5 veces.

Tabla numero 60: Resumen de materia prima e insumos

Resumen costos de Materia prima e insumos

Detalle	Costo Mensual	Costo Anual
Mercadería para los paquetes	\$ 6.207,04	\$ 74.484,48
	\$ -	\$ -
Total	\$ 6.207,04	\$ 74.484,48

Fuente: Estudio del mercado

Elaborado por: Angie Mora

Anexo numero 7: Proveedores

Tabla numero 61: Proveedores

Proveedores			
Producto	Proveedor	Ciudad	Ubicación
Mesas pale	Supercentro Ferretero Kiwi	Santo Domingo	Av. Esmeraldas y Río Pastaza, junto a Gran Aki.
Mesa decorativa	Coral Hipermercados	Santo Domingo	Via Quevedo km 3 ½
Tepees	Mercado Libre	Quito	Quito
Individuales	Coral Hipermercados	Santo Domingo	Via Quevedo km 3 ½
Velas de pila	Coral Hipermercados	Santo Domingo	Via Quevedo km 3 ½
Letras decorativas	Coral Hipermercados	Santo Domingo	Via Quevedo km 3 ½
Canasta de picnic	Mercado Libre	Quito	Quito
Carpa tipo picnic	Mercado Libre	Quito	Quito
Red de luces guirnalda	Mercado Libre	Quito	Quito
Flores decorativas	Almacén Castro	Santo Domingo	Tulcán 132
Mini pizarra decorativa	Almacén Castro	Santo Domingo	Tulcán 132
Vajilla	Almacén Castro	Santo Domingo	Tulcán 132
Cristalería	Almacén Castro	Santo Domingo	Tulcán 132
Cubertería	Almacén Castro	Santo Domingo	Tulcán 132
Tapetes	Coral Hipermercados	Santo Domingo	Via Quevedo km 3 ½
Cojines	Coral Hipermercados	Santo Domingo	Via Quevedo km 3 ½
Manteles	Coral Hipermercados	Santo Domingo	Via Quevedo km 3 ½
Servilletas de tela	Coral Hipermercados	Santo Domingo	Via Quevedo km 3 ½

Fuente: Estudio del mercado

Elaborado por: Angie Mora

Anexo numero 8: Activos fijos para áreas administrativas

Tabla numero 62: Áreas administrativas

ACTIVOS FIJOS PARA ÁREAS ADMINISTRATIVAS	D. Comercial	Bodega	TOTAL REQUERIDO
EQUIPOS DE OFICINA			
Acondicionador de Aire	1	0	1
Teléfono	1	1	2
Dispensador de agua	1	0	1
Total Equipos y tecnología por área	3	1	4
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
Computadora	1	1	2
Impresora	1	0	1
Total Equipos de cómputo por área	2	1	3
MUEBLES Y ENSERES			
Escritorio	1	0	1
Silla	3	0	3
Bote de basura	1	0	1
Papeleras	1	0	1
Total muebles y enseres por área	6	0	6
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS POR ÁREA	11	2	13

Fuente: Estudio del mercado

Elaborado por: Angie Mora

Anexo numero 9: Depreciaciones

Tabla numero 63: Depreciaciones de los activos

Activo	Valor Contable	Valor Residual	% Anual	Vida Contable Años	Deprec. Año 1	Deprec. Año 2	Deprec. Año 3	Deprec. Año 4	Deprec. Año 5	Valor Desecho
Equipos de Oficina	\$ 405,00	\$ 40,50	10%	10	\$ 36,45	\$ 36,45	\$ 36,45	\$ 36,45	\$ 36,45	\$ 222,75
Equipos de Computación	\$ 1.037,83	\$ 345,94	33,33%	3	\$ 230,63	\$ 230,63	\$ 230,63			\$ 345,94
Muebles y Enseres	\$ 165,30	\$ 16,53	10%	10	\$ 14,88	\$ 14,88	\$ 14,88	\$ 14,88	\$ 14,88	\$ 90,92
Edificio	\$ 500,00	\$ 25,00	5%	20	\$ 23,75	\$ 23,75	\$ 23,75	\$ 23,75	\$ 23,75	\$ 381,25
Vehículo	\$ 5.000,00	\$ 1.000,00	20%	5	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 5.000,00
DEPRECIACIÓN ANUAL					\$ 1.105,71	\$ 1.105,71	\$ 1.105,71	\$ 875,08	\$ 875,08	\$ 6.040,86

Fuente: Estudio del mercado

Elaborado por: Angie Mora

Anexo numero 10: Inversiones en activos diferidos intangibles

Tabla numero 64: Inversiones diferidas

INVERSIONES DIFERIDAS	
Gastos Legales y de Constitución	VALOR
Servicios notariales	\$ 135,00
Capital de constitución	\$ 800,00
Permiso del Cuerpo de Bomberos	\$ 10,00
Permiso de funcionamiento Municipal	\$ 40,00
Patente Municipal	\$ 20,00
Publicación en prensa	\$ 37,00
Gastos de adecuación	\$ 80,00
Registro de marca SENADI	\$ 434,00
TOTAL	\$ 1.556,00

Fuente: Estudio del mercado

Elaborado por: Angie Mora

Tabla numero 65: Amortizaciones de Inversiones diferidas

INVERSIONES DIFERIDAS			
Periodo- Años	Amortización Anual	Amortización Acumulada	Valor
0	-	-	\$ 1.556,00
1	\$ 311,20	\$ 311,20	\$ 1.244,80
2	\$ 311,20	\$ 622,40	\$ 933,60
3	\$ 311,20	\$ 933,60	\$ 622,40
4	\$ 311,20	\$ 1.244,80	\$ 311,20
5	\$ 311,20	\$ 1.556,00	\$ -

Fuente: Estudio del mercado

Elaborado por: Angie Mora

Tabla numero 66: Gastos de adecuación

GASTOS DE ADECUACIÓN	
Detalle	Valor
Línea telefónica	\$ 80,00
Instalación de Servicio de Agua Potable	\$ -
Instalación de energía eléctrica	\$ -
Instalación de Maquinaria y equipos	\$ -
TOTAL	\$ 80,00

Fuente: Estudio del mercado

Elaborado por: Angie Mora

Tabla numero 67: Registro de marca SENADI

REGISTRO DE MARCA SENADI	
Detalle	Valor
Búsqueda general de signo distintivo	\$ 16,00
Informe de búsqueda especial	\$ 2,00
Registro de marca	\$ 208,00
Registro de lema comercial	\$ 208,00
TOTAL	\$ 434,00

*Fuente: Estudio del mercado**Elaborado por: Angie Mora***Anexo numero 10: Costos indirectos de fabricación****Tabla numero 68: Servicios básicos****SERVICIOS BÁSICOS AREA DE ALMACEN GENERAL**

Detalle	Costo Total Mensual	Costo Total Anual
Energía Eléctrica	\$ 1,33	\$ 15,94
Agua	\$ 0,00	\$ 0,00
TOTAL	\$ 1,33	\$ 15,94

*Fuente: Estudio del mercado**Elaborado por: Angie Mora***Anexos numero 11: Calculo de energía eléctrica****Tabla numero 69: Calculo de energía eléctrica (D. comercial)**

CÁLCULO DE LA ENERGÍA ELÉCTRICA DE AREA ADMINISTRATIVA (D. COMERCIAL)										
Voltaje de Equipos de Oficina	Voltaje de Equipos de Computación	Hora de uso	Voltios utilizados por hora de Equipos de oficina	Voltios utilizados por hora de Equipos de Computación	KWh por hora Equipos de Oficina	KWh hora Equipos de Computación	Equipos de Oficina	Equipos de Computación	Total Kwh Usados por hora de Equipos de Oficina	Total Kwh Usados por hora de Equipos de Computación
150,49	45,9	1	150,49	45,9	0,15	0,05	2	2	0,30	0,09

*Fuente: Estudio del mercado**Elaborado por: Angie Mora*

Tabla numero 70: Calculo de valor de energía a pagar

CÁLCULO DE VALOR DE ENERGÍA A PAGAR							
Horas de Uso	Días de Uso	Horas al mes de Equipos de Oficina	Horas al mes de Equipos de Computación	Kwh al Mes de Equipos de Oficina	Kwh al Mes de Equipos de Computación	Precio Kwh	Total a Pagar
8	22	176	176	52,97	16,16	\$ 0,089	\$ 54,41

Fuente: Estudio del mercado

Elaborado por: Angie Mora

Tabla numero 71: Calculo de energía eléctrica (bodega)

CÁLCULO DE LA ENERGÍA ELÉCTRICA DE AREA ALMACEN GENERAL (BODEGA)										
Voltaje de Equipos de Oficina	Voltaje de Equipos de Computación	Hora de uso	Voltios utilizados por hora de Equipos de oficina	Voltios utilizados por hora de Equipos de Computación	KWh por hora Equipos de Oficina	KWh hora Equipos de Computación	Equipos de Oficina	Equipos de Computación	Total Kwh Usados por hora de Equipos de Oficina	Total Kwh Usados por hora de Equipos de Computación
0,98	73,8	1	0,98	73,8	0,001	0,074	1	1	0,001	0,074

Fuente: Estudio del mercado

Elaborado por: Angie Mora

Tabla numero 72: Calculo de valor de energía a pagar

CÁLCULO DE VALOR DE ENERGÍA A PAGAR							
Horas de Uso	Días de Uso	Horas al mes de Equipos de Oficina	Horas al mes de Equipos de Computación	Kwh al Mes de Equipos de Oficina	Kwh al Mes de Equipos de Computación	Precio Kwh	Total a Pagar
8	22	176	176	0,17	12,99	\$ 0,089	\$ 1,33

Fuente: Estudio del mercado

Elaborado por: Angie Mora

Anexo numero 12: Perfil de trabajadores

Tabla numero 73: Perfil del Gerente

Cargo	Gerente, Bodeguero y Transportista
Requisitos obligatorios	Título tercer nivel (Ingeniero Adm de Empresas o similar) 1 a 2 años de experiencia Manejo en adecuaciones de eventos y servicio al cliente Manejo de redes sociales Conocimientos de finanzas
Requisitos deseados	Conocimiento en computación básica y contabilidad
Responsabilidades	Relación directa con el cliente, ventas, gestión de las redes sociales, nuevas alianzas, finanzas actualizadas, etc.
Remuneración	500\$

Fuente: Estudio del mercado

Elaborado por: Angie Mora

Tabla numero 74: Perfil del Bodeguero

Cargo	Gerente, Bodeguero y Transportista
Requisitos obligatorios	Título tercer nivel (sin preferencia) 1 a 2 años de experiencia Manejo en adecuaciones de eventos y buena relación social
Requisitos deseados	Conocimiento en computación básica y contabilidad
Responsabilidades	Gestionar, registrar, manipular y distribuir mercadería de los picnics
Remuneración	425\$

Fuente: Estudio del mercado

Elaborado por: Angie Mora

Tabla numero 75: Perfil del Transportista

Cargo	Gerente, Bodeguero y Transportista
Requisitos obligatorios	Título tercer nivel (sin preferencia) Licencia profesional 1 a 2 años de experiencia Manejo en adecuaciones de eventos y buena relación social
Requisitos deseados	Conocimiento en computación básica y contabilidad
Responsabilidades	Carga y descarga de la mercancía y responsable del vehículo y perdidas
Remuneración	425\$

Fuente: Estudio del mercado

Elaborado por: Angie Mora

Anexo numero 13: Inversiones

Tabla numero 76: Inversiones en capital de operación

INVERSIONES EN CAPITAL DE OPERACIÓN		
Detalle	Valor Mensual	Valor Anual
<i>COSTOS DIRECTOS</i>	\$ 6.767,97	\$ 81.215,63
Materia Prima e insumos	\$ 6.207,04	\$ 74.484,48
Mano de obra directa	\$ 560,93	\$ 6.731,15
<i>COSTOS INDIRECTOS</i>	\$ 18,50	\$ 221,94
<i>COSTOS FIJOS:</i>	\$ 14,58	\$ 175,00
Mano de obra indirecta	\$ -	\$ -
Costos de mantenimiento	\$ 14,58	\$ 175,00
<i>COSTOS VARIABLES:</i>	\$ 3,91	\$ 46,94
Materiales de limpieza	\$ 2,58	\$ 31,00
Servicios básicos	\$ 1,33	\$ 15,94
<i>GASTOS DIRECTOS</i>	\$ 1.214,60	\$ 14.575,15
Sueldos y Salarios	\$ 1.214,60	\$ 14.575,15
<i>GASTOS DE OPERACIÓN</i>	\$ 1.392,68	\$ 16.712,10
Gastos administrativos y generales	\$ 1.312,68	\$ 15.752,10
Gastos de venta	\$ 80,00	\$ 960,00
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	\$ 9.393,74	\$ 112.724,83

Fuente: Estudio del mercado

Elaborado por: Angie Mora

Tabla numero 77: Plan de inversión

PLAN DE INVERSIÓN		
INVERSION	VALOR	PARTICIPACIÓN
CAPITAL DE TRABAJO		52%
Activo Corriente	\$ 9.393,74	
ACTIVO FIJO		39%
Equipos de Oficina	\$ 405,00	
Equipos de Computación	\$ 1.037,83	
Muebles y Enseres	\$ 165,30	
Edificio	\$ 500,00	
Vehículo	\$ 5.000,00	
ACTIVO DIFERIDO		9%
Inversión diferida	\$ 1.556,00	
TOTAL	\$ 18.057,87	100%

Fuente: Estudio del mercado

Elaborado por: Angie Mora

Tabla numero 78: Financiamiento del proyecto

FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO		
Porcentaje de Apalancamiento		
	Capital Propio	Préstamo
	35%	65%
\$	6.364,13	\$ 11.693,74

Fuente: Estudio del mercado

Elaborado por: Angie Mora

Anexo numero 14: Crédito Bancario

Tabla numero 79: Amortizaciones de crédito bancario

TABLA DE AMORTIZACIÓN DE CRÉDITO BANCARIO			
PRÉSTAMO			\$
			11.693,74
TASA (i)			10,20%
PERIODO (AÑOS)			5
AMORTIZACIÓN PRÉSTAMO			
PAGO	CAPITAL	INTERÉS	SALDO
			\$
			11.693,74
\$ 3.100,55	\$ 1.907,79	\$ 1.192,76	\$ 9.785,94
\$ 3.100,55	\$ 2.102,39	\$ 998,17	\$ 7.683,55
\$ 3.100,55	\$ 2.316,83	\$ 783,72	\$ 5.366,72
\$ 3.100,55	\$ 2.553,15	\$ 547,41	\$ 2.813,57
\$ 2.813,57	\$ 2.526,59	\$ 286,98	\$ 0,00

Fuente: Estudio del mercado

Elaborado por: Angie Mora

Anexo numero 15: Balance de situación inicial

Tabla numero 80: Balance de situación inicial

BALANCE DE SITUACION INICIAL			
ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVO CORRIENTE	\$ 9.393,74	PASIVO DIFERIDO	\$ 11.693,74
Efectivo	\$ 9.393,74	Préstamo a largo plazo	\$ 11.693,74
ACTIVOS FIJOS	\$ 7.108,13	TOTAL DE PASIVOS	\$ 11.693,74
<i>Depreciables</i>	<i>\$ 7.108,13</i>		
Equipos de Oficina	\$ 405,00	PATRIMONIO	
Equipos de Computación	\$ 1.037,83	Capital	\$ 6.364,13
Muebles y Enseres	\$ 165,30	TOTAL PATRIMONIO	\$ 6.364,13
Edificio	\$ 500,00		
Vehículo	\$ 5.000,00		
<i>No Depreciables</i>	<i>\$ -</i>		
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 1.556,00		
Gastos Legales	\$ 1.556,00		
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 18.057,87	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 18.057,87

Fuente: Estudio del mercado

Elaborado por: Angie Mora

Anexo numero 16: WACC

Tabla numero 81: Tasa WACC

TASAS CÁLCULO WACC

TMAR	11,76%
We	35%
Wd	65%
I	10,20%
T	10,75%

Fuente: Estudio del mercado

Elaborado por: Angie Mora

Tabla numero 82: Calculo del WACC

CÁLCULO DEL WACC

$$k_o = (11,76\% * 35\%) + [65\% * (1 - 10,82\%) * 10,20\%]$$

$$k_o = 10,04\%$$

Fuente: Estudio del mercado

Elaborado por: Angie Mora

Tabla numero 83: Tasa mínima atractiva de retorno

TASA MINIMA ATRACTIVA DE RETORNO (TMAR DE LA INVERSIÓN)

FUENTES DE FINANCIAMIENTO	MONTO TOTAL	VALOR ESPERADO	COSTO (%)	FACTOR DE PONDERACIÓN	PONDERACIÓN (%)
Accionistas	\$ 6.364,13	\$ 748,48	11,76%	35%	4,14%
Préstamo Bancario	\$ 11.693,74	\$ 1.192,76	10,20%	65%	6,61%
TOTAL	\$ 18.057,87	\$ 1.941,24		1,00	10,75%

Fuente: Estudio del mercado

Elaborado por: Angie Mora

Anexo numero 17: Flujo de fondos

Tabla numero 84: Flujo de fondos del proyecto

FLUJO DE FONDOS DEL PROYECTO						
DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	\$ 123.600,00	\$ 136.273,45	\$ 149.580,52	\$ 163.583,34	\$ 178.272,95	
Ingresos por ventas	\$ 123.600,00	\$ 136.273,45	\$ 149.580,52	\$ 163.583,34	\$ 178.272,95	
(-)Costo de Producción	\$ 74.484,48	\$ 75.601,75	\$ 76.735,77	\$ 77.886,81	\$ 79.055,11	
Margen Bruto	\$ 49.115,52	\$ 60.671,70	\$ 72.844,75	\$ 85.696,53	\$ 99.217,83	
Gastos Operacionales						
Sueldos y Salarios	\$ 21.306,30	\$ 22.995,60	\$ 23.340,53	\$ 23.690,64	\$ 24.046,00	
Gastos de Marketing y Ventas	\$ 960,00	\$ 974,40	\$ 989,02	\$ 1.003,85	\$ 1.018,91	
Gastos Generales	\$ 9.628,08	\$ 9.772,50	\$ 9.919,09	\$ 10.067,88	\$ 10.218,89	
Materiales de Oficina	\$ 16,36	\$ 16,60	\$ 16,85	\$ 17,10	\$ 17,36	
Materiales de Computacion	\$ 43,20	\$ 43,85	\$ 44,51	\$ 45,17	\$ 45,85	
Gastos de Mantenimiento	\$ 255,41	\$ 259,24	\$ 263,13	\$ 267,07	\$ 271,08	
Gastos de Mantenimiento y limpieza	\$ 2.400,00	\$ 2.436,00	\$ 2.472,54	\$ 2.509,63	\$ 2.547,27	
Seguros	\$ 3.600,00	\$ 3.654,00	\$ 3.708,81	\$ 3.764,44	\$ 3.820,91	
Suministros de limpieza	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	
Utensilios de trabajo	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	
(-)Depreciacion	\$ 1.105,71	\$ 1.105,71	\$ 1.105,71	\$ 875,08	\$ 875,08	
Amortizacion	\$ 311,20	\$ 311,20	\$ 311,20	\$ 311,20	\$ 311,20	
Total Gastos operativos	\$ 39.626,25	\$ 41.569,09	\$ 42.171,38	\$ 42.552,06	\$ 43.172,55	
Utilidad Operacional	\$ 9.489,27	\$ 19.102,61	\$ 30.673,37	\$ 43.144,46	\$ 56.045,28	
Gastos Financieros						
Intereses sobre prestamo	\$ 1.192,76	\$ 998,17	\$ 783,72	\$ 547,41	\$ 286,98	
Utilidad antes de Particip. e Impto.	\$ 8.296,51	\$ 18.104,44	\$ 29.889,65	\$ 42.597,06	\$ 55.758,30	
15% Participacion de Empleados	\$ 1.244,48	\$ 2.715,67	\$ 4.483,45	\$ 6.389,56	\$ 8.363,74	
Utilidad antes del Impuesto	\$ 7.052,03	\$ 15.388,78	\$ 25.406,20	\$ 36.207,50	\$ 47.394,55	
25% Impuesto a la renta	\$ 1.763,01	\$ 3.847,19	\$ 6.351,55	\$ 9.051,87	\$ 11.848,64	
UTILIDAD NETA	\$ 5.289,02	\$ 11.541,58	\$ 19.054,65	\$ 27.155,62	\$ 35.545,91	
(+)Depreciación	\$ 1.105,71	\$ 1.105,71	\$ 1.105,71	\$ 875,08	\$ 875,08	
(-) Capital de la deuda	\$ 1.907,79	\$ 2.102,39	\$ 2.316,83	\$ 2.553,15	\$ 2.526,59	
Flujo de caja	\$ 4.486,94	\$ 10.544,90	\$ 17.843,53	\$ 25.477,55	\$ 33.894,41	
Valor de Desecho					\$ 6.040,86	
Aporte del accionista	-\$ 6.364,13					
Aporte del Banco	-\$ 11.693,74					
Flujo de caja del accionista	-\$ 18.057,87	\$ 4.486,94	\$ 10.544,90	\$ 17.843,53	\$ 25.477,55	\$ 39.935,26

Fuente: Estudio del mercado

Elaborado por: Angie Mora

Anexo numero 18: TIR/VAN

Tabla numero 85: TIR/VAN

TIR/VAN	
Tasa de descuento	10,04%
VAN	\$ 50.247,42
TIR	62,60%
ROI (Retorno de la inversión)	278%

Fuente: Estudio del mercado

Elaborado por: Angie Mora

Anexo numero 19: PAY BACK

Tabla numero 86: Pay Back

PAY BACK						
DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Flujo de caja	-\$ 18.057,87	\$ 4.798,14	\$ 10.856,10	\$ 18.154,73	\$ 25.788,75	\$ 33.607,42
Flujo descontado	-\$ 18.057,87	\$ 4.360,36	\$ 8.965,46	\$ 13.625,04	\$ 17.588,45	\$ 20.829,64
Flujo descontado acumulado	-\$ 18.057,87	-\$ 13.697,51	-\$ 4.732,05	\$ 8.892,98	\$ 26.481,43	\$ 47.311,07
PAY BACK 3 AÑO						

Fuente: Estudio del mercado

Elaborado por: Angie Mora

Tabla numero 87: Periodo de recuperación de la inversión

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN					
Años	Inversión	FFN	VP FFN	VP Acum.	Recup.
0	-\$ 18.057,87				-\$ 18.057,87
1		\$ 4.798,14	\$ 4.360,36	\$ 4.360,36	-\$ 13.697,51
2		\$ 10.856,10	\$ 8.965,46	\$ 13.325,81	-\$ 4.732,05
3		\$ 18.154,73	\$ 13.625,04	\$ 26.950,85	\$ 8.892,98
4		\$ 25.788,75	\$ 17.588,45	\$ 44.539,30	\$ 26.481,43
5		\$ 33.607,42	\$ 20.829,64	\$ 65.368,94	\$ 47.311,07

Fuente: Estudio del mercado

Elaborado por: Angie Mora

Tabla numero 88: Valor por recuperar

VALOR POR RECUPERAR	
Inversión	\$ 18.057,87
(-) FFN año 1 - 2	\$ 13.325,81
(=) Valor por Recuperar	\$ 4.732,05

Fuente: Estudio del mercado

Elaborado por: Angie Mora

Anexo numero 20: Punto de equilibrio

Tabla numero 89: Punto de equilibrio cantidad

Punto de Equilibrio Cantidad	
Descripción	Anual
Costo Fijo	\$ 38.240,35
Costo Variable	\$ 42,81
Precio	\$ 71,03
P.E.Q	1.355

Fuente: Estudio del mercado

Elaborado por: Angie Mora

Tabla numero 90: Punto de equilibrio \$

Punto de Equilibrio \$	
Descripción	Anual
Costo Fijo	\$ 38.240,35
Costo Variable	\$ 42,81
Precio	\$ 71,03
P.E	\$ 96.232,45

Fuente: Estudio del mercado

Elaborado por: Angie Mora

Tabla numero 91: Punto de equilibrio mensual

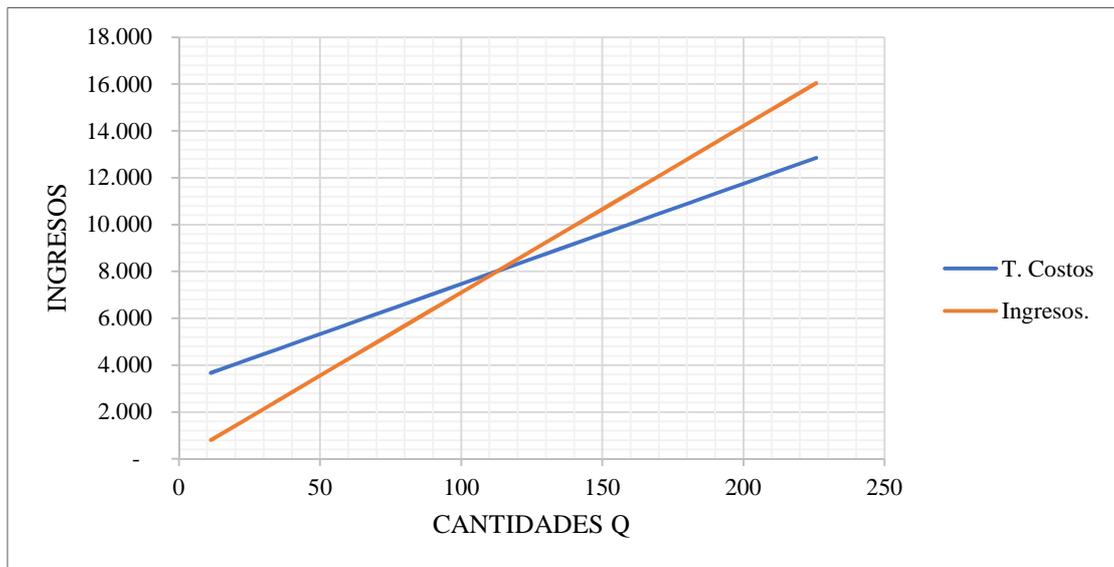
PUNTO DE EQUILIBRIO MENSUAL	
Indicador	Valor
Costos Fijos	\$ 3.187
Unidades Para Vender	145
Precio de venta u.	\$ 71,03
Costo variable u.	\$ 42,81
P. E. en unidades	113
P. E. en en US\$	\$ 8.019,37
Total Costos Variables	\$ 6.207
Total Costos Fijos	\$ 9.394
Total	\$ 15.601
Unitario	\$ 108

*Fuente: Estudio del mercado**Elaborado por: Angie Mora***Tabla numero 92: Descripción del punto de equilibrio**

Unidades	T. Costos Fijos	C. V. U	T.C.V	T. Costos	PVP Prom.	Ingresos.	Rentab.
11	3.187	42,81	483	3.670	71,0	802	-2.868
23	3.187	42,81	967	4.153	71,0	1.604	-2.549
34	3.187	42,81	1.450	4.636	71,0	2.406	-2.231
45	3.187	42,81	1.933	5.120	71,0	3.208	-1.912
56	3.187	42,81	2.416	5.603	71,0	4.010	-1.593
68	3.187	42,81	2.900	6.086	71,0	4.812	-1.275
79	3.187	42,81	3.383	6.570	71,0	5.614	-956
90	3.187	42,81	3.866	7.053	71,0	6.415	-637
102	3.187	42,81	4.349	7.536	71,0	7.217	-319
113	3.187	42,81	4.833	8.019	71,0	8.019	0
124	3.187	42,81	5.316	8.503	71,0	8.821	319
135	3.187	42,81	5.799	8.986	71,0	9.623	637
147	3.187	42,81	6.282	9.469	71,0	10.425	956
158	3.187	42,81	6.766	9.952	71,0	11.227	1.275
169	3.187	42,81	7.249	10.436	71,0	12.029	1.593
181	3.187	42,81	7.732	10.919	71,0	12.831	1.912
192	3.187	42,81	8.216	11.402	71,0	13.633	2.231
203	3.187	42,81	8.699	11.886	71,0	14.435	2.549
214	3.187	42,81	9.182	12.369	71,0	15.237	2.868
226	3.187	42,81	9.665	12.852	71,0	16.039	3.187

*Fuente: Estudio del mercado**Elaborado por: Angie Mora*

Gráfico numero 25: Punto de equilibrio



Fuente: Estudio del mercado
Elaborado por: Angie Mora