



**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, AUDITORÍA  
SISTEMAS DE CONTROL DE GESTIÓN Y FINANZAS**  
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA GABRIEL RENÉ MORENO



# EMPRENDIMIENTO (PLAN DE NEGOCIOS)



II-2025

# EXPO

**NOMBRE DEL TEMA:** **Catering Delizia Events**

**NÚMERO DE GRUPO:** \_\_\_\_\_ **TURNO DE PRESENTACIÓN:** \_\_\_\_\_

**DOCENTE GUÍA:** Lic. Fausto Mendoza

**INTEGRANTES:** Univ. Yupanqui Villca Stefany

Univ. Fabiola Jimena Mamani Diaz

Univ. Darling Urquieta Flores

Univ. Brayan Olmedo Ramos

Univ. Mary Luz Choquehuanca Quispe

Univ. Suca Segundo Yoel

**NÚMERO INTERNO  
DE GRUPO:**

APOYAN:



## **Dedicatoria**

El presente trabajo fruto de nuestro esfuerzo y constancia de un equipo comprometido y dedicado, va dedicado primeramente a Dios por darnos fortaleza y sabiduría para superar cada reto que se nos presentaba y paciencia para persistir hasta culminar este trabajo.

A nuestros padres, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes hemos logrado llegar hasta aquí y convertirnos en lo que somos. Nos enseñaron que con perseverancia y entusiasmo podemos lograr grandes cosas.

A nuestros docentes, por compartir sus conocimientos, por motivarnos a creer en nuestras ideas y por impulsarnos a convertir nuestros sueños en proyectos reales. Este trabajo es reflejo del aprendizaje y la inspiración que nos brindaron en cada clase.

A nuestros amigos por apoyarnos y no dudar de nuestras capacidades, quienes confiaron en nosotros desde el momento en iniciar nuestro plan de negocio.

## **Agradecimiento**

Principalmente agradecer a Dios, por guiarnos en el camino del bien fortaleciéndonos cada día con su espíritu santo.

Este proyecto es el resultado del esfuerzo conjunto de todos los que conformamos el grupo de trabajo. Por esto se agradece a cada uno de los integrantes del equipo por su aporte en este trabajo de investigación, por su compromiso y dedicación.

Y, por último, agradecer a todos los docentes que forman parte de la formación de la carrera de Contaduría Pública quienes nos apoyaron, para poder culminar el proyecto. A quienes debemos gran parte de nuestro conocimiento, gracias a su guía, consejos, correcciones y sobre todo su paciencia que nos permitieron desarrollar con éxito este trabajo de investigación.

## Resumen Ejecutivo o Abstract

- **Nombre de la Empresa:** Catering Delizia Events
- **Tipo de Empresa:** Servicios de Catering
- **Ubicación:** Santa Cruz - Bolivia
- **Fundación:** 2025

**Visión:** Convertirnos en la empresa de catering líder en Santa Cruz de la Sierra, conocida por nuestra excelencia culinaria, creatividad en los menús y un servicio al cliente incomparable.

**Misión:** Proveer experiencias gastronómicas únicas y memorables a través de menús personalizados y el uso de ingredientes frescos y de alta calidad, garantizando un servicio profesional y amigable para todo tipo de eventos.

### Descripción de la Empresa

“Catering Delizia Events” es una nueva empresa que ofrece servicios de catering personalizados para una variedad de eventos, eventos corporativos, fiestas privadas y celebraciones especiales. Nuestro compromiso es con la calidad, la innovación y la satisfacción del cliente, asegurando que cada evento sea una experiencia gastronómica excepcional.

### Productos y Servicios

Menús personalizados que capturan la esencia y los gustos de cada evento.

- **Eventos Corporativos:** Almuerzos, cenas de gala y recepciones diseñados para impresionar y satisfacer a empleados y clientes.
- **Fiestas Privadas y Celebraciones:** Servicios adaptados para cumpleaños, aniversarios y cualquier tipo de celebración privada.

### Mercado Objetivo

Nuestro mercado objetivo incluye tanto a individuos como a empresas y sus alrededores que buscan servicios de catering de alta calidad:

- Empresas que organizan eventos corporativos.
- Conferencias y Eventos Sociales.
- Organización y Asociaciones.
- Sectores Públicos.
- Mercado de Lujo.

## Ventaja Competitiva

- **Calidad Excepcional:** Uso de ingredientes frescos y de alta calidad en todos nuestros platos.
- **Personalización:** Menús hechos a la medida según las necesidades y preferencias de nuestros clientes.
- **Creatividad Culinaria:** Platos innovadores que combinan tradición y modernidad.
- **Servicio al Cliente:** Atención cercana y personalizada para asegurar la satisfacción total del cliente.
- **Experiencia y Profesionalismo:** Un equipo de chefs y personal altamente capacitado y con experiencia en la industria de la gastronomía y el servicio.

## Estrategia de Marketing

Para alcanzar a nuestro mercado objetivo, implementaremos las siguientes estrategias:

- **Presencia Online:** Creación de una página web atractiva y funcional, con opciones para solicitar presupuestos y visualizar ejemplos de nuestros menús.
- **Redes Sociales:** Utilización de plataformas como Instagram, Facebook y LinkedIn para mostrar nuestros eventos, platos y obtener testimonios de clientes.
- **Colaboraciones y Alianzas:** Establecimiento de asociaciones con planificadores de eventos, salones de fiestas y empresas locales.
- **Eventos de Muestra:** Organización de degustaciones y eventos abiertos para demostrar la calidad y el servicio de Sabores Exquisitos Catering.

## Proyecciones Financieras

Catering Delizia Events espera alcanzar el punto de equilibrio en el primer año de operaciones, con una proyección de crecimiento sostenido en ingresos y cartera de clientes. La inversión inicial cubrirá los costos de equipo, ingredientes, marketing y capacitación del personal. A medida que ganemos reputación en el mercado, anticipamos un aumento significativo en la demanda de nuestros servicios.

## Índice

1. INTRODUCCIÓN	1
2. CAPITULO 1: ANALISIS EXTERNO E INTERNO	4
2. ANÁLISIS EXTERNO E INTERNO	4
2.1. ANÁLISIS EXTERNO	4
2.1.1. Microentorno	4
2.1.1.1. Análisis de la demanda o clientes potenciales	6
2.1.1.2. Competidores	7
2.1.2. Macroentorno	7
2.1.2.1. Producto/mercado	9
2.2. ANALISIS INTERNO	10
2.2.1. análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas)	10
2.2.1.1. Del análisis externo describa las oportunidades y amenazas	10
2.2.1.2. Del análisis interno describa las oportunidades y amenazas	11
2.2.1.3. Conclusiones del análisis FODA	11
3. CAPITULO 2: PLAN DE PRODUCCION	12
3. PLANIFICACION OPERATIVA	12
3.1. Introducción	12
3.2. Localización del proyecto	12
3.2.1. Factores determinantes para la microlocalización	13
3.2.2. Mapa de microlocalización	13
4. CAPITULO 3: PLAN DE MARKETING	16
4. PLAN DE MARKETING	16
4.1. Mercado Objetivo o Target	16
4.1.1. ¿Cuál es la estructura del producto o servicio?	16
4.1.2. Básico. ¿Qué ofrece básicamente?	16
4.1.3. Esperado. ¿Qué espera el cliente potencial además de lo básico?	17
4.1.4. Aumentado. ¿Qué logrará alcanzar con el tiempo su producto o servicio, después de superar el producto esperado por el cliente?	17
4.2. Análisis del producto	18
4.2.1. ¿Cómo describiría la calidad de su producto o servicio?	18
4.2.2. Marca de producto	19
4.2.3. Etiqueta	19
4.2.4. Servicios de apoyo que brindará la empresa al cliente	20
4.3. Análisis de Precio	20
4.3.1. Estrategia de precio}	20

4.3.2. Fijación de precio basado en el valor	20
4.3.3. Fijación de precio basado en el costo	21
4.3.4. Fijación de precio basado en la competencia	21
4.3.5. Política de modificación de precios	21
4.3.6. Política de descuentos	21
4.4. Análisis de la Promoción	22
4.4.1. ¿Cómo va a comunicar o promocionar el producto o servicio a su cliente?	22
4.4.2. ¿Cuál será su mezcla comunicacional o promocional que utilizará?	22
4.4.3. Publicidad	22
4.4.4. Promoción en ventas	23
4.4.5. Relaciones públicas	23
4.4.6. Mensaje para el mercado objetivo o target	23
4.4.7. Medios y vehículo de comunicación del mensaje	24
4.4.8. Presupuesto de comunicación	24
4.4.9. ¿Cómo evaluará que la promoción o comunicación logró los resultados que esperaba?	24
4.5. Análisis de Plaza	25
4.5.1. Objetivos	25
4.5.2. Canales de Distribución	25
4.5.3. Estrategias de Distribución	25
5. CAPITULO 4: PLAN DE RECURSOS HUMANOS	27
5. PLAN DE RECURSOS HUMANOS	27
5.1. Personal importante requerido en el área de producción u operaciones para inicio del negocio	27
5.2 Personal de Área de Dirección	27
5.3. Personal de Área de Ejecución	28
5.4. Personal de área de Operación	29
5.4.1. Manual de Organización	30
5.4.2. Organigrama	30
5.4.3. Manual de Organización de Funciones	32
5.4.4. Plan de carrera	37
6. CAPITULO 5: PLAN DE FINANZAS	43
6. PLAN DE FINANZAS	43
6.1. Estados financieros	43
6.2. Balance general	43
6.3. Estado de resultado	43

6.4. Flujo de caja	44
6.4.1. Flujo de caja de operación o explotación	44
6.4.2. Flujo de caja de inversión	45
6.4.3. Flujo de caja de deuda o financiación	45
6.5. Flujo de Caja Libre	47
6.6. Instrumentos requeridos:	47
6.6.1. TRMA. Tasa de rendimiento mínima aceptada	47
6.6.2. VAN. Valor Actual Neto y TIR	47
6.6.3. Valor residual.	48
6.6.4. Periodo de recuperación.	48
6.6.5. Punto de equilibrio.	48
6.6.6. Describa los principales riesgos financieros que presentaría su negocio	48
7. CAPITULO 6: ESTUDIO JURIDICO FISCAL	51
7.1 ESTUDIO JURIDICO FISCAL	51
7.2 Porque esta forma Jurídica	51
7.3 Nombre de la Empresa	51
7.4 Número de Socios	51
7.5 Organismos Públicos de la Empresa	52
7.6 Obligaciones Fiscales	52
8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.	59
9. BIBLIOGRAFÍA	60
10. ANEXOS	61

## **1. INTRODUCCION**

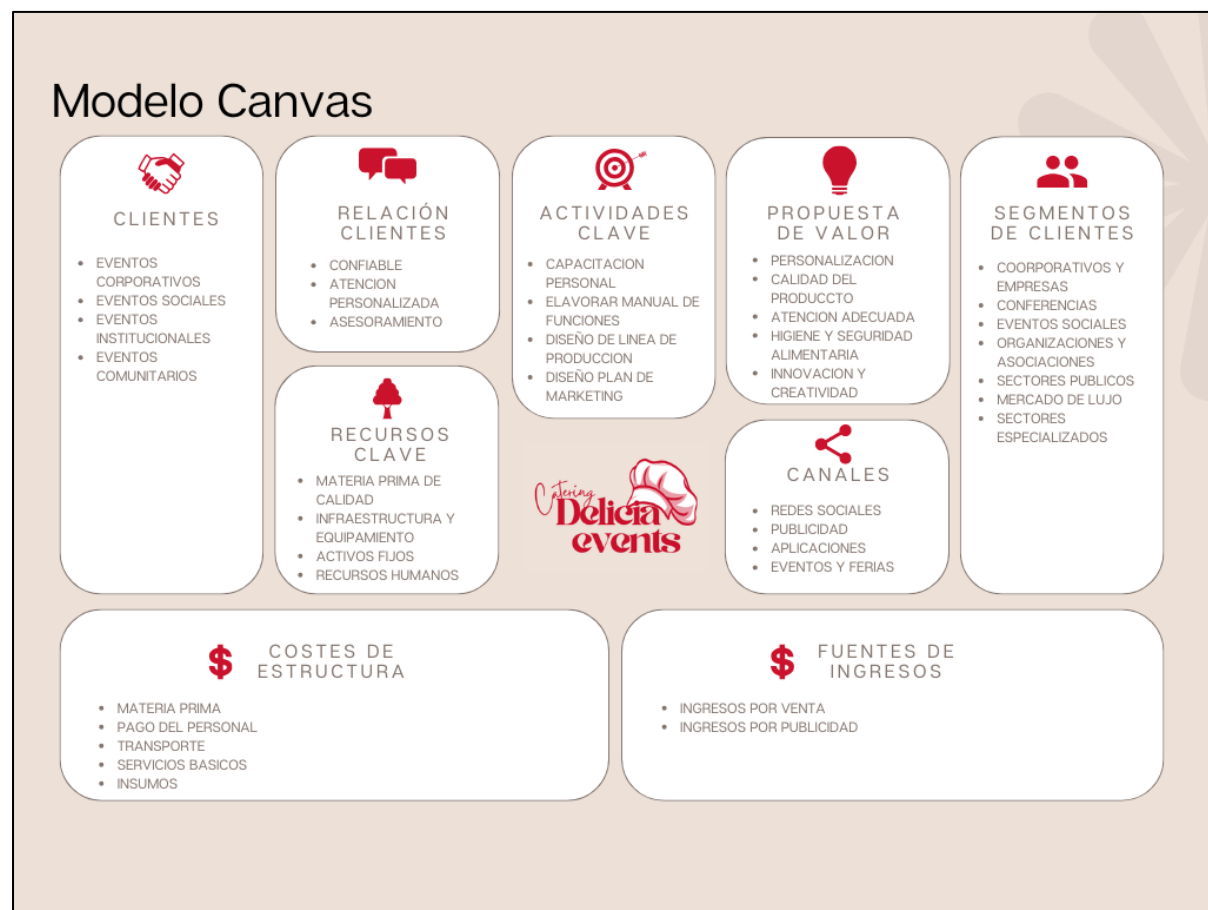
El sector del catering se ha consolidado como una pieza fundamental en la organización de eventos, ofreciendo soluciones integrales que combinan calidad gastronómica y logística eficiente. En este contexto, Catering Delizia Events surge con la misión de proporcionar servicios de catering excepcionales, diseñados para transformar cualquier evento en una experiencia inolvidable. Nuestro enfoque se centra en la creación de menús personalizados, elaborados con ingredientes frescos y de alta calidad, y un servicio impecable que garantiza la satisfacción de nuestros clientes.

Nuestra empresa no solo se distingue por la calidad de sus productos, sino también por su compromiso con la sostenibilidad y la responsabilidad social. Nos esforzamos por utilizar ingredientes locales y orgánicos siempre que sea posible, minimizando nuestro impacto ambiental y apoyando a los productores locales. Este compromiso nos permite ofrecer una propuesta de valor diferenciada, alineada con los valores de nuestros clientes y con las demandas del mercado actual.

En este plan de negocios, detallaremos nuestra visión y misión, así como un exhaustivo análisis de mercado que justifica la viabilidad y el potencial de crecimiento de nuestra empresa. Asimismo, presentaremos nuestras estrategias de marketing y ventas, plan de operaciones, estructura organizativa y proyecciones financieras. Cada sección ha sido diseñada para proporcionar una comprensión clara y detallada de cómo Catering Delizia Events planea alcanzar sus objetivos y consolidarse como un referente en el sector del catering.

Estamos convencidos de que Catering Delizia Events está preparada para enfrentar los desafíos y aprovechar las oportunidades del mercado del catering. Con un equipo apasionados y experimentados, una oferta gastronómica de alta calidad y un firme compromiso con la excelencia, estamos listos para llevar nuestro servicio al siguiente nivel y garantizar el éxito de cada evento que gestionemos.

# IDEA DE NEGOCIO



## **MISIÓN**

En nuestro negocio de catering, nos comprometemos a ofrecer experiencias gastronómicas excepcionales que deleiten a nuestros clientes. Nos esforzamos por proporcionar alimentos de alta calidad, servicio personalizado. Nuestro objetivo es ser reconocidos por el sabor y la calidad de los platos de comida en la industria del catering, manteniendo siempre el compromiso con la excelencia y la satisfacción del cliente.

## **VISIÓN**

Nos visualizamos como el principal proveedor de servicios de catering, conocido por la sazón puesta en cada plato preparado, profesionalismo y puntualidad. Pretendemos ser la elección preferida de nuestros clientes y buscamos expandir nuestro alcance y prestigio a nivel nacional, manteniendo siempre nuestros altos estándares de calidad, sabor y servicio. Nuestra visión es ser una marca de catering reconocida y confiable, que inspire confianza y alegría en cada bocado.

## **OBJETIVO**

Tenemos como objetivo proveer servicios de catering de alta calidad y personalizados para eventos sociales, corporativos, etc. garantizando la satisfacción del cliente a través de menús innovadores, mientras se optimizan los procesos operativos para asegurar eficiencia y rentabilidad del producto a entregar.

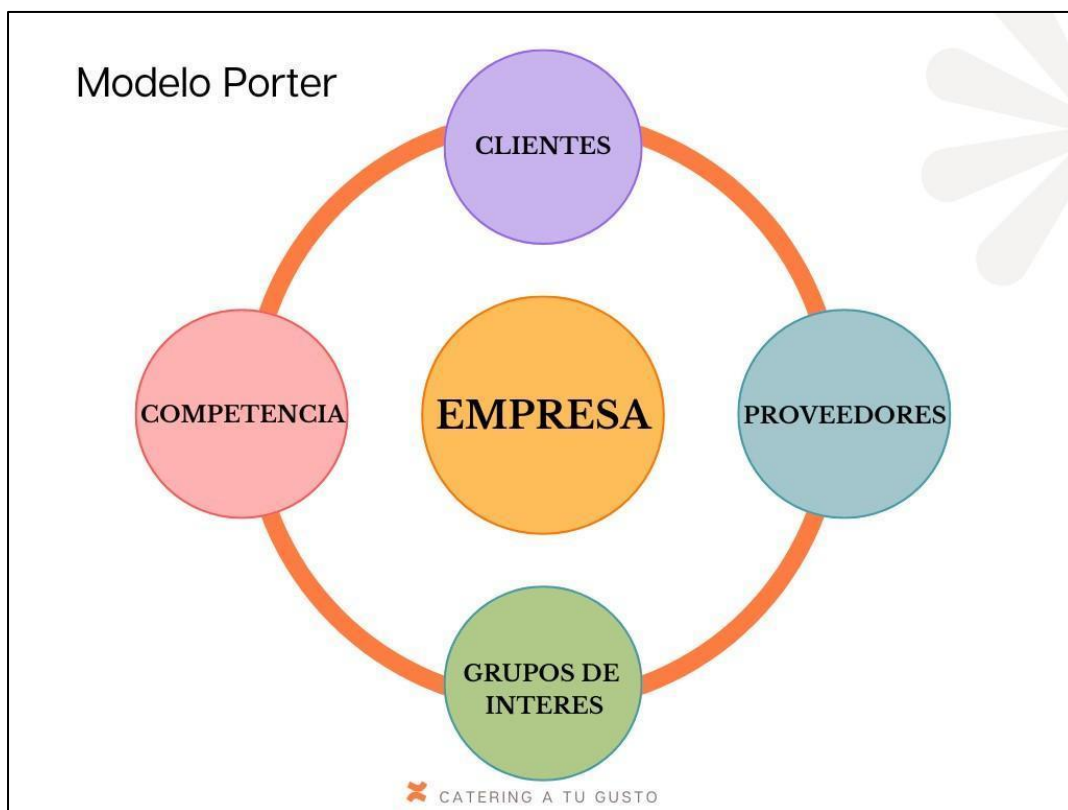
## 2. CAPITULO 1: ANALISIS EXTERNO E INTERNO

### 2. ANALISIS EXTERNO E INTERNO

#### 2.1. ANALISIS EXTERNO

##### 2.1.1. Microentorno

El microentorno forma parte específico de la empresa, es decir, los factores que afectan directamente a la empresa. Para llevar a cabo el análisis vamos a utilizar el modelo Porter donde se tiene en cuenta el sector y la competencia, los clientes, intermediarios y proveedores, y los grupos de interés.



Fuente: Elaboración propia adaptado del gráfico Porter

A continuación, se describirá cada uno de los factores identificados para nuestro negocio y las fuerzas que influyen en la estrategia competitiva del mismo.

## **Clientes**

Los clientes a los que apuntara el negocio serán aquellos que tengan un nivel socioeconómico medio/alto con un rango de edad que va de 20 años a más. El público meta está representado por empresas, eventos corporativos, eventos sociales, eventos institucionales, entre otros.

## **Competencia**

Podemos ver otras empresas de catering y servicios de alimentos relacionada a la misma área la cual constituyen la competencia, es necesario conocer quiénes son, cuáles son sus fortalezas y debilidades, y que estrategias utilizan. También es necesario monitorear las tendencias y movimientos de los competidores actuales dentro del país.

## **Proveedores**

Los proveedores suministran los insumos necesarios para las operaciones del catering, como alimentos, bebidas, utensilios y equipos de cocina, la relación con los proveedores es crucial, ya que la calidad, precio y disponibilidad de los productos pueden llegar a afectar el servicio ofrecido.

## **Grupos de interés**

Los grupos de interés están formados por los agentes que pueden condicionar de manera directa la actividad de la empresa, tanto de manera positiva como negativa. Podemos considerar los dos más importantes:

- Entidades financieras. – Aportan el capital necesario para llevar a cabo la inversión inicial, y afectan a la economía de la empresa por medio de intereses.
- Administración pública. – Llega a condicionar la actividad empresarial mediante la creación o modificación de reglamentos que afecten directamente a la organización, así como también pueden proporcionar subvenciones que ayuden a mejorar la economía del negocio.

### **2.1.1.1. Análisis de la demanda o clientes potenciales**

➤ **¿Cuáles serán los clientes potenciales en Bolivia?**

Nuestros clientes potenciales llegarían a ser, hombres y mujeres entre 20 a 60 años, aunque no podríamos poner edad, ya que este producto será recomendado para todas las edades, pertenecientes a un nivel socioeconómico medio, medio alto y alto, de los habitantes de Santa Cruz, en este rango de nivel socioeconómico.

Personas con preferencias por los alimentos ricos, naturales, saludables y nutritivos. Que decidan probar sabores y experiencias nuevas que brindara nuestro catering.

➤ **Describa como va a dividir al total de clientes potenciales en grupos o segmentos de mercado**

El total de los clientes potenciales será dividido en grupos, porque el servicio de catering está orientado a todo público en general, que requiera ejecutar un evento corporativo, social, familiar, etc. En el cual buscamos ofrecer una experiencia culinaria excepcional, adaptadas a las necesidades específicas del evento y los clientes, proporcionando un servicio un integral y profesional que garantice la satisfacción total del cliente y el éxito del evento.

➤ **Describa si el mercado que usted ha seleccionado, como mercado objetivo o target.**

El mercado objetivo o target fue seleccionado detalladamente para el bienestar de nuestros clientes de 20 a 60 años, porque necesitan un servicio de catering eficiente y puntual, alta calidad de alimentos, presentación profesional y la capacidad de adaptarse en eventos tanto grandes como pequeños.

➤ **¿cuáles son los hábitos de consumo que tiene su mercado objetivo o target?**

Los hábitos de consumo en el servicio de catering se reflejan en las preferencias y expectativas de los clientes respecto a la comida y el servicio en los eventos, estos hábitos son esenciales para diseñar una oferta de catering que satisfaga las expectativas del mercado objetivo, buscan sabores únicos que difícilmente pueden encontrar en otros servicios de catering, para ellos es más importante el sabor, la calidad y la frescura de los alimentos buscando una variedad y diversidad en el menú.

➤ **¿Cuál es el perfil o características que tiene su consumidor?**

El perfil del consumidor se caracteriza por su demanda de calidad, personalización y eficiencia. Estos consumidores valoran la capacidad del servicio para adaptarse a sus necesidades específicas, ya sea para eventos, corporativos, sociales, educativos, etc. La

atención al detalle, la presentación profesional, y la flexibilidad son características cruciales que buscan los consumidores de este servicio.

### **2.1.1.2. Competidores**

#### **Competencia directa**

Los competidores directos de nuestro servicio de catering son empresas que ofrecen servicios similares. En este caso, los competidores directos son:

- Disfruta Catering (Av. San Martín entre 2do y 3er anillo)
- Catering Isabel mercado (Av. Beni entre 3er y 4to anillo)
- Emserso S.A. (Av. Esmeralda 6to anillo y radial 17/5)

Los compradores de la competencia son personas que buscan productos saludables y nutritivos. Para la implementación de nuestro negocio no va a ser una limitante nuestra competencia para la implementación de nuestra idea ya que propondremos variedad de sabores precios y mejor calidad.

#### **Competencia Indirecta**

Los competidores indirectos de nuestro servicio de catering son empresas que ofrecen productos y servicios alternativos. En este caso, los competidores indirectos son: restaurantes, locales, incluso pastelerías.

Los compradores de la competencia indirecta son personas que buscan cubrir su evento de manera rápida y no están interesados específicamente en un servicio personalizado.

Los precios de los productos y servicios de los competidores indirectos varían según el producto o servicio.

### **2.1.2. Macroentorno**

El análisis del entorno de la empresa está formado tanto por factores internos como externos que influyen en la toma de decisiones y resultados que obtiene la empresa. Por tal motivo es importante identificar cada uno de estos factores, desde un panorama económico, político, tecnológico ambiental, social entre otros, para lo cual es indispensable analizar su situación y posible crecimiento, en el cual es de importancia detectar sus oportunidades y posibles amenazas.

**Factor político y legal:** Está formado por la administración, legislación y regulación en la que se encuentra la empresa, tales como las normativas sanitarias, regulaciones laborales, leyes de protección al consumidor y políticas fiscales.

**Factor ambiental:** El cuidado por el medio ambiente cada día está más presente, tanto por parte de la sociedad en general, como en las empresas en la cual los factores ambientales incluyen preocupaciones sobre el medio ambiente y la sostenibilidad, la gestión de residuos, el uso de ingredientes locales y orgánicos.

**Factor social:** Está formado por las condiciones religiosas, culturales, demográficas, sociales, así como por la forma de vida, actitudes y creencias de las personas que se encuentran en el entorno que rodea la empresa.

**Factor tecnológico:** Se basa en la ciencia y evolución tecnológica que está muy relacionado con la competitividad de la empresa, los cuales pueden llegar a mejorar la eficiencia y calidad del servicio de catering.

**Factor económico:** La situación económica en general, nos muestra el nivel de ingresos de consumidores, la inflación, la tasa de interés y crecimiento económico. Estos factores afectan el poder adquisitivo de los clientes y su disposición a gastar en un servicio de catering.

**Factor demográfico:** Santa Cruz de la Sierra, es un departamento de Bolivia, que cuenta con una población aproximada de 3.32 millones de habitantes, se ubica en el segundo puesto del departamento más poblados del país. El 51,1% de habitantes son mujeres y el 48,9% de pobladores son varones. Su población reside el 83.5 % en el área urbana y el 16.5 % en el área rural. Su estructura de la población por grupos de edades establece que el 23.9% (0 -11 años), 11.7 % tienen entre (12-17 años) ,19.7 % pertenecen al rango de edad (18-28 años), 34.2 % aglutina a la población de (29 a 59 años) y el 10.4% tienen 60 o más.

<b>FACTORES DEL MACROENTORNO</b>	<b>AMENAZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<b>POLITICO Y LEGAL</b>	Aumento en regulaciones sanitarias y de seguridad alimentaria que puede aumentar costos operativos.	Posibilidad de influir en políticas a través de asociaciones industriales y cámaras de comercio.
<b>FACTOR AMBIENTAL</b>	Impacto en el cambio climático en la disponibilidad y costos de los insumos.	Oportunidades para diferenciarse a través de las prácticas de sostenibilidad y responsabilidad ambiental.
<b>FACTOR SOCIAL</b>	Cambios en las preferencias alimentarias que pueden hacer obsoletos ciertos menús.	Tendencia de eventos personalizados y temáticos que permite la creación de ofertas únicas y diferenciadas.
<b>FACTOR TECNOLOGICO</b>	El rápido avance tecnológico que puede dejar atrás a empresas que no se adaptan.	Uso de plataformas digitales para mejorar la visibilidad y facilidad de reservas en línea.
<b>FACTOR ECONOMICO</b>	Recesiones económicas que reducen el gasto en eventos y catering.	Crecimiento económico que incrementa el gasto en eventos corporativos y personales.
<b>FACTOR DEMOGRAFICO</b>	El envejecimiento de la población que podría reducir la demanda de ciertos tipos de eventos.	Diversificación cultural que permite la expansión de menús étnicos y fusión.

### 2.1.2.1. Producto/mercado

El servicio de catering se caracteriza por la preparación y entrega de alimentos, para diferentes eventos, ya que ofrece menús personalizados, la cual se adapta a diversas ocasiones, bodas, reuniones, fiestas privadas, etc.

Lo cual podemos ver diferentes tipos de catering:

- Aperitivo
- Buffet
- Coctel
- Recepción.

En el análisis del macroentorno del servicio de catering no es solo satisfacer las necesidades básicas de los clientes sino también de superar sus expectativas y establecer una reputación sólida en el mercado, la combinación de calidad culinaria, atención al cliente, profesionalismo y adaptabilidad asegurara el éxito a largo plazo y fidelización de los clientes.

El servicio de catering en Santa Cruz de la Sierra debe centrarse en los siguientes factores para aprovechar el potencial del mercado:

- La calidad: El servicio de catering tiene una ventaja competitiva en términos de calidad, ya que tiene como prioridad utilizar ingredientes frescos y de proveedores confiables para garantizar la calidad de los platos.
- La innovación: El mercado evoluciona constantemente, lo cual deben estar abiertos a la innovación, como la tecnología para mejorar la eficiencia operativa desde la gestión de pedidos hasta la comunicación con los clientes, también estar al tanto de las nuevas tendencias en catering y eventos para ofrecer experiencias únicas a los clientes.
- La sostenibilidad: El servicio de catering debe ser sostenible para garantizar futuro en el mercado. En la cual se debe adoptar practicas sostenibles en la selección de ingredientes y gestión de residuos, también busca contribuir positivamente a la población mediante la iniciativa como la donación de alimentos no utilizados.

## **2.2. ANALISIS INTERNO**

En los análisis internos analizaremos la fortaleza y debilidades que llevamos a cabo para poder llevar en avance este proyecto de plan negocio.

### **2.2.1. análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas)**

El análisis FODA, permitirá conocer las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del servicio de catering. Con este análisis se podrá planificar estratégicamente para mantener al negocio con las tendencias del mercado.

#### **2.2.1.1. Del análisis externo describa las oportunidades y amenazas**

##### **Análisis externo**

##### **Oportunidades**

- ✓ La demanda de servicios de catering sigue aumentando, especialmente en eventos corporativos y sociales.
- ✓ Ofrecer menús personalizados que puedan atraer a un nuevo segmento de clientes.
- ✓ Apoyo del Sistema Bancario, créditos orientados al apoyo de la microempresa (Pyme).
- ✓ Alianzas estratégicas, se podrá establecer alianzas con salones de eventos, oficinas, corporaciones, entre otros, para ampliar la visibilidad y el alcance del negocio.
- ✓ Utilizar redes sociales y plataformas digitales para promocionar servicios, pueden llegar a una audiencia más amplia y diversa.

##### **Amenazas**

- ✓ Los precios de los ingredientes pueden fluctuar, afectando los márgenes de beneficio.
- ✓ La alta ofertas de servicios pueden llevar a una guerra de precios, reduciendo los márgenes de ganancia para la empresa.
- ✓ Las tendencias de consumo pueden cambiar rápidamente, haciendo ciertos menús o estilos de servicios que queden obsoletos.
- ✓ Experiencias negativas compartidas en línea pueden dañar la reputación y alejar futuros clientes.

### **2.2.1.2. Del análisis interno describa las oportunidades y amenazas**

#### **Análisis interno**

##### **Fortalezas**

- ✓ Experiencia y habilidad culinaria
- ✓ Flexibilidad y adaptabilidad
- ✓ Relación con proveedores
- ✓ Personal capacitado
- ✓ Variedad de servicios

##### **Debilidades**

- ✓ Costos elevados
- ✓ Competencia intensa
- ✓ Dependencia de la temporada
- ✓ Regulaciones y normativas
- ✓ Logística compleja

### **2.2.1.3. Conclusiones del análisis FODA**

El negocio de catering posee una base sólida sobre la cual construir y expandir en nuestra ciudad. Al abordar de manera proactiva las debilidades y amenazas, y al aprovechar las fortalezas y oportunidades identificadas, el negocio puede posicionarse de manera competitiva y sostenible en el mercado.

## 3. CAPITULO 2: PLAN DE PRODUCCION

### 3. PLANIFICACION OPERATIVA

#### 3.1. Introducción

La elaboración de la planificación operativa está dirigido a cumplir los siguientes objetivos:

- Determinar la posibilidad de producción, comercialización y distribución de catering.
- Fijaremos el tamaño optimo desde el punto de vista físico y financiero, mostrando la localización correcta e identificando el proceso del producto más adecuado, determinaremos las maquinarias y equipos para el funcionamiento operativo del proyecto.

#### 3.2. Localización del proyecto

Nuestra empresa se encuentra ubicado en:

**MACROLOCALIZACIÓN:** el proyecto se realizará en el país de Bolivia en el departamento de Santa Cruz de la Sierra.

**MICROLOCALIZACIÓN:** en la provincia Andrés Ibáñez.

##### ➤ **Macrolocalización**

La macro localización es un mapa es una representación gráfica simplificada de un territorio con propiedades métricas sobre una superficie bidimensional que puede ser plana, esférica o incluso poliédrica. (Dalmau, Eduard, 2021)

##### ➤ **Microlocalización.**

La microlocalización se refiere a la ubicación específica de un lugar dentro de un área más grande. En el contexto de la gestión empresarial, la micro localización puede referirse a la ubicación de una instalación, sucursal o punto de venta dentro de una región o ciudad. (George, 1992)

Identificamos el lugar exacto donde se ubicará la empresa de catering, para esto ocuparemos el método cualitativo el cual consiste en identificar los principales factores que se considera determinantes en el proyecto.

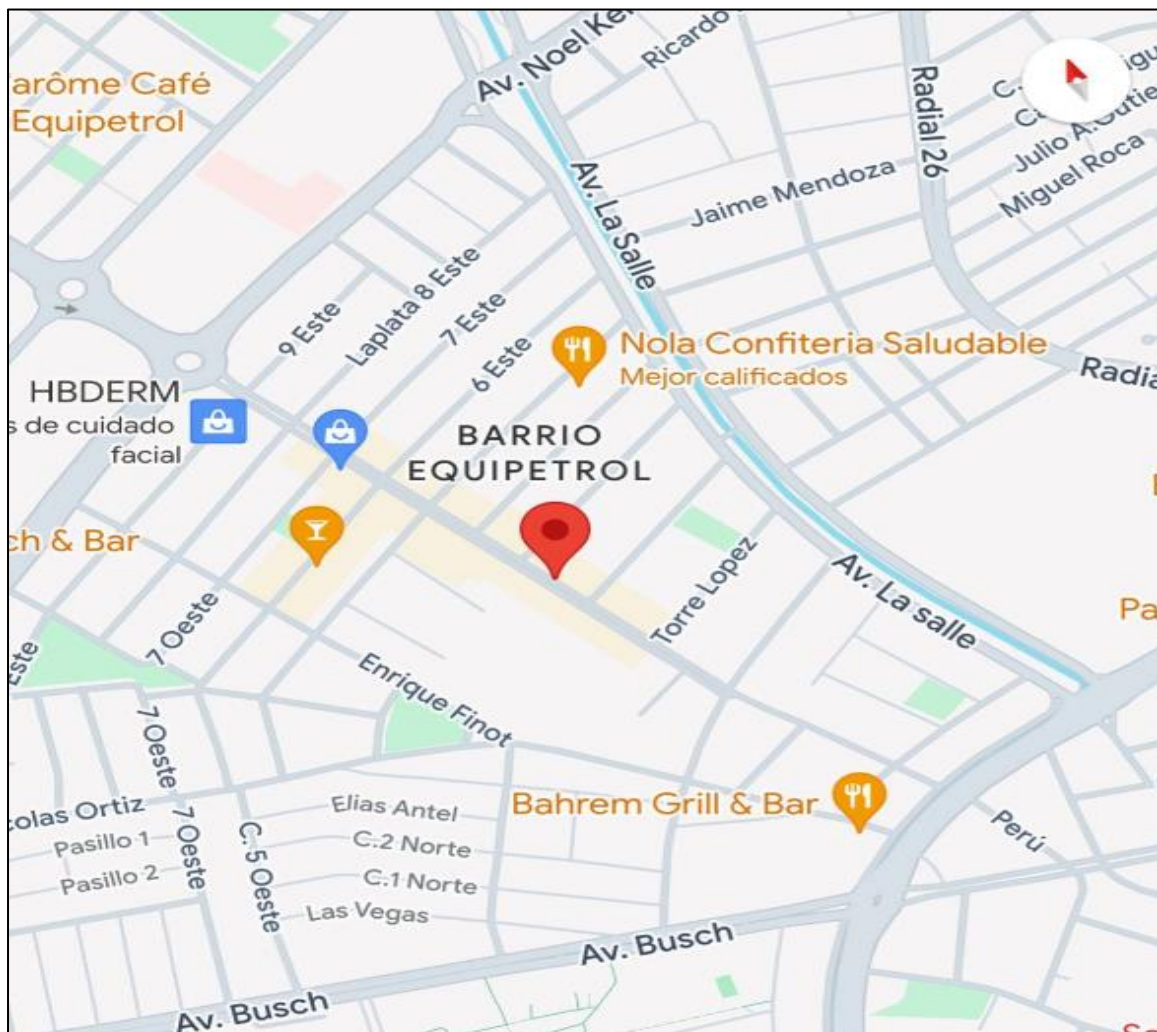
### 3.2.1. Factores determinantes para la microlocalización

- Espacio del lugar
- Sector comercial
- Seguridad
- Preferencias del cliente potencial

La dirección donde se ubicará el local para la producción, comercialización y distribución de catering estará en la Av. San Martín 250, Santa Cruz de la Sierra, es la más idónea para el funcionamiento de nuestro proyecto ya que es un local propio.

### 3.2.2. Mapa de microlocalización

Figura 3.1 Microlocalización



Fuente: Google Maps

### **Tamaño del proyecto**

Para poder determinar el tamaño del proyecto debemos tomar en cuenta algunos elementos como ser: demanda, suministros e insumos, tecnología y equipos, financiamiento y la organización.

### **Demanda**

Identificamos a los competidores y se realizó la investigación acerca de las empresas de catering existentes en Santa Cruz de la Sierra de acuerdo a sus servicios, precios y clientelas.

### **Suministros e insumos**

Para el desarrollo del proyecto se debe tomar en cuenta con una gran cantidad y variedad de suministros e insumos en la ciudad de Santa Cruz de la Sierra, adicionalmente a esto por la ubicación de la empresa de catering es muy accesible el abastecimiento de los mismos de manera rápida y oportuna.

### **Tecnología y equipos**

Para el proyecto que se realizará se necesita tecnología media ya que el servicio no necesita muchos avances tecnológicos, un factor importante serán las necesidades del mercado para la adquisición de nuevos equipos, es importante recalcar que existe una gran cantidad de ofertantes de productos relacionados.

### **Financiamiento**

Es muy importante para el proyecto los recursos financieros ya que estos determinarán el éxito o fracaso de la ejecución del mismo, la empresa de catering estará financiada tanto por recursos propios como ajenos, los mismos que se realizarán mediante la entidad financiera que proporcione la tasa de intereses más baja y las facilidades de financiamiento, para que de esta manera poder cumplir con el compromiso adquirido.

### **Organización**

En el siguiente cuadro se podrá observar el personal con el que la empresa contará:

Tabla 3.1 Organización

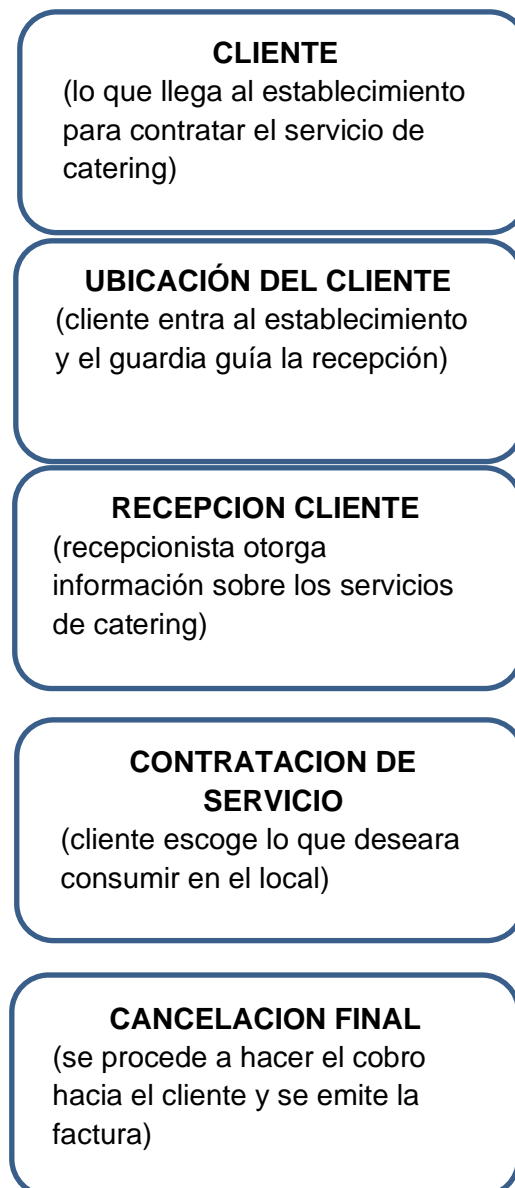
<b>PERSONAL</b>	<b>NUMERO</b>
Gerente	1
Chef	1
Jefe de servicios	1
Cocineros	4
Personal	3
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>

**Fuente:** Elaboración propia

Se contará también con guardias y departamento contable que serán contratados a otras empresas que ofrecen ese tipo de servicios.

### **Proceso de la prestación del servicio**

Figura 3.2 Prestación del servicio



## 4. CAPITULO 3: PLAN DE MARKETING

### 4. PLAN DE MARKETING

#### 4.1. Mercado Objetivo o Target

El mercado objetivo de nuestra empresa suele incluir una variedad de clientes potenciales, que pueden dividirse en Clientes particulares, **Empresas, Eventos corporativos**, Instituciones educativas y Gubernamentales trabajaremos con estos grupos para enfocarnos en nuestro plan de marketing.

##### 4.1.1. ¿Cuál es la estructura del producto o servicio?

Comida Coctel Gourmet.

##### 4.1.2. Básico. ¿Qué ofrece básicamente?

Ofrecemos una solución integral para la planificación y ejecución de eventos, proporcionando alimentos deliciosos y bien presentados, así como servicios relacionados para garantizar una experiencia exitosa y memorable para los clientes y sus invitados.

- **Menús personalizados:** Ofrecemos una amplia gama de opciones de menú para adaptarse a los diferentes gustos y necesidades dietéticas de los clientes. Esto puede incluir opciones de entradas, platos principales, acompañamientos, postres y bebidas. Los menús pueden ser personalizados según las preferencias del cliente, el tipo de evento y el presupuesto disponible.
- **Preparación de alimentos:** Nos encargamos de la preparación de todos los alimentos incluidos en el menú, utilizando ingredientes frescos y de alta calidad. Los chefs y cocineros expertos se encargan de cocinar los alimentos de acuerdo a las especificaciones del cliente y garantizando la presentación adecuada.
- **Entrega y montaje:** Incluye servicios de entrega de los alimentos al lugar del evento, así como el montaje de la comida en mesas o estaciones designadas. Esto puede incluir la disposición decorativa de los platos, la instalación de estaciones de buffet o la colocación de platos individuales en mesas.

#### **4.1.3. Esperado. ¿Qué espera el cliente potencial además de lo básico?**

Además de los servicios básicos, los clientes esperan una experiencia completa y satisfactoria que incluya calidad gastronómica excepcional, servicio al cliente personalizado, profesionalismo del personal, innovación en el menú, flexibilidad y atención a los detalles.

- **Calidad gastronómica excepcional:** Los clientes esperan que la comida ofrecida por el servicio de catering sea de alta calidad, fresca, sabrosa y preparada con ingredientes frescos y de primera calidad.
- **Servicio al cliente personalizado:** Los clientes valoran un servicio al cliente personalizado y atento que se adapte a sus necesidades y preferencias individuales. Esperan comunicación clara y rápida, así como flexibilidad para ajustar el menú, el horario y otros detalles del evento según sea necesario.
- **Profesionalismo y cortesía del personal:** Se espera que el personal de catering sea profesional, cortés y bien entrenado. Los clientes valoran un servicio amable y atento que se encargue de todos los detalles del evento, desde la preparación de la comida hasta el servicio a los invitados y la limpieza posterior.
- **Innovación y creatividad en el menú:** Los clientes aprecian la innovación y la creatividad en el menú, incluyendo opciones culinarias únicas, platos de temporada, y combinaciones de sabores interesantes. Esperan que el servicio de catering ofrezca opciones frescas y modernas que sorprendan y deleiten a sus invitados.
- **Flexibilidad y capacidad de adaptación:** Los clientes valoran la capacidad del servicio de catering para adaptarse a cambios de último minuto y responder a solicitudes especiales. Esperan flexibilidad en cuanto a cambios en el número de invitados, ajustes en el menú, y otros detalles del evento para garantizar una experiencia sin contratiempos.
- **Atención a los detalles:** Los clientes aprecian la atención a los detalles en todos los aspectos del servicio de catering, desde la presentación de los platos hasta la limpieza de las áreas de servicio. Esperan que el servicio de catering se encargue de todos los aspectos del evento para que puedan disfrutar sin preocupaciones.

#### **4.1.4. Aumentado. ¿Qué logrará alcanzar con el tiempo su producto o servicio, después de superar el producto esperado por el cliente?**

Después de superar las expectativas del cliente y ofrecer un servicio de catering excepcional, hay una serie de beneficios y logros que nuestra empresa puede alcanzar a lo largo del tiempo:

- **Reputación sólida y referencias positivas:** Nuestro servicio de catering que supera consistentemente las expectativas del cliente desarrollará una reputación sólida en el mercado y obtendremos referencias positivas de los clientes satisfechos. Esto puede conducir a un aumento en la demanda de servicios y a la expansión de la base de clientes.
- **Fidelización de clientes:** Los clientes que experimentan un servicio excepcional y una satisfacción total son más propensos a convertirse en clientes recurrentes y leales. La fidelización de nuestros clientes puede ayudar a mantener un flujo constante de ingresos y a garantizar la estabilidad a largo plazo del negocio.
- **Diferenciación competitiva:** Al superar las expectativas de los clientes, el servicio de catering puede diferenciarse de la competencia y destacar en el mercado. Esto puede ser un factor clave para atraer nuevos clientes y competir con otras empresas de catering en la industria.
- **Aumento en la rentabilidad:** Un servicio de catering que proporciona un valor agregado y supera las expectativas del cliente puede cobrar precios premium por sus servicios, lo que puede conducir a un aumento en la rentabilidad del negocio. Los clientes están dispuestos a pagar más por servicios de alta calidad y una experiencia excepcional.
- **Oportunidades de expansión:** Con una sólida reputación y una base de nuestros clientes leales, el servicio de catering puede explorar oportunidades de expansión, ya sea mediante la ampliación de la gama de servicios ofrecidos, la apertura de nuevas ubicaciones o la entrada en nuevos segmentos de mercado.

## 4.2. Análisis del producto

### 4.2.1. ¿Cómo describiría la calidad de su producto o servicio?

La calidad de nuestro servicio de "CATERING DELIZIA EVENTS" se define por nuestra dedicación a superar las expectativas del cliente en todos los aspectos de nuestro negocio. Hay algunas formas en que describiría la calidad de nuestro servicio:

- **Excelencia gastronómica:** Nos esforzamos por ofrecer una experiencia culinaria excepcional, utilizando ingredientes frescos y de alta calidad, técnicas culinarias expertas y una presentación impecable en cada plato que servimos.

- **Atención al detalle:** Cuidamos cada detalle, desde la planificación inicial del evento hasta la entrega final de los alimentos, para garantizar una experiencia sin contratiempos para nuestros clientes y sus invitados. Nos aseguramos de que cada aspecto de nuestro servicio esté cuidadosamente considerado y ejecutado a la perfección.
- **Personalización y flexibilidad:** Reconocemos que cada evento es único, por lo que nos esforzamos por ofrecer un servicio personalizado que se adapte a las necesidades y preferencias individuales de cada cliente. Somos flexibles y estamos dispuestos a ajustar nuestros servicios para satisfacer las solicitudes específicas de nuestros clientes.
- **Profesionalismo y cortesía:** Nuestro equipo está compuesto por profesionales capacitados y corteses que se dedican a brindar un servicio de calidad excepcional en todo momento. Nos esforzamos por superar las expectativas del cliente en términos de atención al cliente y satisfacción.
- **Innovación y creatividad:** Nos enorgullecemos de nuestra capacidad para ofrecer menús innovadores y creativos que sorprendan y deleiten a nuestros clientes y sus invitados. Estamos constantemente explorando nuevas tendencias culinarias y buscando formas de innovar en nuestros servicios.

#### 4.2.2. Marca de producto

“CATERING DELIZIA EVENTS”

#### 4.2.3. Etiqueta



#### **4.2.4. Servicios de apoyo que brindará la empresa al cliente**

Nuestra empresa de catering puede ofrecer una serie de servicios de apoyo para mejorar la experiencia del cliente y garantizar el éxito de su evento. Aquí hay algunos servicios de apoyo que una empresa de catering puede brindar:

- **Asesoramiento y planificación del evento:** Nuestra empresa de catering puede ofrecer asesoramiento y asistencia en la planificación del evento, incluyendo la selección de menús, la disposición del espacio, la coordinación de servicios adicionales como alquiler de equipos y decoración, y la programación del evento para garantizar que todo se desarrolle sin contratiempos.
- **Gestión de equipos y logística:** Nuestra empresa de catering puede encargarse de la gestión de equipos y logística relacionada con el evento, incluyendo la entrega y recogida de equipos, la instalación de estaciones de comida y bebida, y la coordinación del personal de servicio en el lugar del evento.
- **Servicios post-evento:** También la empresa de catering puede ofrecer servicios post-evento, como seguimiento con el cliente para recopilar comentarios y sugerencias, asistencia con la facturación y pagos finales, y la preparación de informes detallados sobre el evento para futuras referencias.

### **4.3. Análisis de Precio**

#### **4.3.1. Estrategia de precio}**

La estrategia de precio se centra en establecer tarifas competitivas que reflejen la calidad de nuestros alimentos y servicios, considerando tanto los costos directos (ingredientes, personal, equipo) como los costos indirectos (administrativos, marketing).

#### **4.3.2. Fijación de precio basado en el valor**

Nos esforzamos por ofrecer opciones flexibles y personalizadas que se adapten a las necesidades de cada cliente y evento, manteniendo siempre un margen de beneficio que asegure la sostenibilidad y la excelencia en el servicio.

### 4.3.3. Fijación de precio basado en el costo

DETALLE	COSTOS	CANTIDAD	P.U./COSTO	P/U SIN IVA	INGRESO	GANANCIA	P/U CON IVA COMERCIAL
MINI HAMBURGUESA	201	60	3,35	7,7	462,3	261,3	8,86
MINI TACOS	238,8	60	3,98	9,2	549,24	310,44	10,52
SANDWICH DE POLLO	195	60	3,25	7,5	448,5	253,5	8,59
ALITAS BOUCHET	142,2	60	2,37	5,5	327,06	184,86	6,27
MINI PIQUE MACHO	251,4	60	4,19	9,6	578,22	326,82	11,08
MINI ARROZ CHAUFA	233,4	60	3,89	8,9	536,82	303,42	10,28
MOUSSE DE MARACUYA	150	60	2,50	5,8	345	195	6,61
MOUSSE DE LIMON	144	60	2,40	5,5	331,2	187,2	6,34
MOUSSE DE CHOCOLATE	168	60	2,80	6,4	386,4	218,4	7,40
MOUSSE DE OREO	171,6	60	2,86	6,6	394,68	223,08	7,56

### 4.3.4. Fijación de precio basado en la competencia

Implica analizar los precios de otros servicios de catering en nuestra área y ajustar nuestros precios para ser competitivos. Buscamos mantener una relación costo-beneficio atractiva para nuestros clientes, ofreciendo transparencia en nuestros precios y opciones claras para diferentes tipos de eventos y presupuestos.

### 4.3.5. Política de modificación de precios

Dependerá y estará en función de la cantidad de compras de los productos.

### 4.3.6. Política de descuentos

- **Promociones Estacionales:** Ofertas especiales y descuentos durante festividades o temporadas específicas para estimular la demanda.
- **Programa de lealtad:** Puntos de recompensa o descuentos exclusivos para clientes recurrentes, incentivando la fidelidad.
- **Paquetes Promocionales:** Ofertas especiales que incluyen combinaciones de regalos adicionales para aumentar el valor percibido por el cliente.
- **Actualización periódica de precios:** Revisión periódica de precios para ajustarse a cambios en costos y condiciones del mercado.

Para motivar a nuestros clientes a que compren en nuestra empresa de servicios y no así a otro competidor; buscaremos lograr una participación significativa en el mercado y generar lealtad de los clientes a través de la calidad y accesibilidad de nuestros productos.

## **4.4. Análisis de la Promoción**

### **4.4.1. ¿Cómo va a comunicar o promocionar el producto o servicio a su cliente?**

Para nuestra empresa de catering, la promoción implica comunicar sus servicios a través de marketing digital, publicidad en línea, relaciones públicas y promociones, todo con el objetivo de aumentar la visibilidad y atraer clientes.

### **4.4.2. ¿Cuál será su mezcla comunicacional o promocional que utilizará?**

Buscamos establecer una mezcla promocional óptima para poder abarcar la mayor parte de nuestro mercado objetivo, es por ellos que haciendo un análisis a la forma en la que se promocionan otros establecimientos de éxito, decidimos que la mezcla óptima promocional para nosotros es la de: Publicidad, Ventas promocionales, Relaciones Públicas, Marketing Indirecto y Promoción en ventas.

### **4.4.3. Publicidad**

**Presencia en redes sociales:** Utilizar plataformas como Instagram, Facebook y Tik Tok para compartir fotos y videos de los platos, eventos que hayamos cubierto, testimonios de clientes satisfechos, etc. Estas plataformas son excelentes para mostrar la calidad y variedad de nuestros servicios.

**Sitio web informativo:** Tenemos un sitio web bien diseñado y fácil de navegar. Que incluye información sobre los servicios, menús disponibles, galería de fotos, testimonios de clientes, y datos de contacto.

**Blogs y contenido útil:** Publicamos contenido relevante en blogs relacionado con la industria alimentaria, consejos para organizar eventos, tendencias en catering, etc.

**Eventos de degustación:** Organizamos eventos abiertos al público donde puedan degustar algunos de tus platos más populares.

**Publicidad pagada:** Invertir en publicidad online, como anuncios en redes sociales, para llegar a un público más amplio y segmentado.

**Servicio al cliente excepcional:** Nos aseguramos de ofrecer un servicio al cliente excepcional y de calidad para que los clientes estén encantados de recomendar a sus amigos y familiares.

#### 4.4.4. Promoción en ventas

Es importante implementar estrategias efectivas que destaquen los servicios y atraigan a potenciales clientes. Estas son algunas ideas de promoción en ventas para la empresa de catering:

- **Descuentos y ofertas especiales:** Ofrecer descuentos por tiempo limitado en ciertos paquetes de catering o servicios adicionales, como decoración temática, etc. Esto puede incentivar a los clientes a reservar tus servicios con anticipación.
- **Muestras gratuitas:** Organizar eventos de degustación donde los clientes potenciales puedan probar algunos de tus platos más populares de forma gratuita. Esto les dará la oportunidad de experimentar la calidad de comida y ayudará a cerrar ventas.
- **Programa de fidelización:** Implementar un programa de fidelización para premiar a los clientes recurrentes. Por ejemplo, ofrecer descuentos o regalos especiales por cada cierto número de eventos reservados con tu empresa.
- **Colaboraciones con otros negocios:** Colaborar con otros negocios locales, como salones de eventos, empresas de planificación de bodas, y agencias de viajes, para ofrecer promociones conjuntas. Esto permitirá llegar a nuevos clientes y aumentar las ventas.

#### 4.4.5. Relaciones públicas

Participación en Eventos Corporativos, Eventos Sociales, Ferias y Exposiciones.

- Asistir o patrocinar eventos relacionados con la alimentación para aumentar la visibilidad de la marca.

#### 4.4.6. Mensaje para el mercado objetivo o target

¡Descubre una experiencia gastronómica extraordinaria con nuestro servicio de catering! En cada evento, transformamos tus momentos especiales en memorias inolvidables a través de exquisitos sabores y una atención impecable. Desde bodas hasta eventos corporativos, nuestro equipo experto se encarga de todos los detalles para que tú solo te preocupes por disfrutar. ¡Haz que tu próximo evento sea inolvidable con nosotros!

#### **4.4.7. Medios y vehículo de comunicación del mensaje**

¡Deléitate con el SERVICIO DE CATERING DELIZIA EVENTS y convierte cualquier evento en una experiencia culinaria inolvidable! Ya sea una reunión corporativa, un almuerzo de negocios o una fiesta privada, nuestro equipo se encarga de crear un menú excepcional que satisfaga todos los paladares.

Descubre nuestro menú creativos y deliciosos, elaborados con ingredientes frescos y de la más alta calidad. Desde opciones veganas y vegetarianas hasta sabores internacionales, ofrecemos una variedad de opciones para adaptarnos a tus necesidades y preferencias.

#### **4.4.8. Presupuesto de comunicación**

El presupuesto destinado para esta actividad debe ser flexible y ajustarse según las necesidades de la empresa, se recomienda que los ingresos por ventas que la empresa obtenga, un 6% este destinado para actividades de marketing, incluyendo los gastos en publicidad, relaciones públicas, promociones y otras estrategias.

#### **4.4.9. ¿Cómo evaluará que la promoción o comunicación logró los resultados que esperaba?**

Evaluando diferentes indicadores y métricas como ser:

**Seguimiento de ventas:** Si el objetivo principal de la promoción era aumentar las ventas o contrataciones de servicios de catering, se puede monitorear el número de contratos cerrados o el aumento en los ingresos durante el período de la campaña.

**Solicitudes de cotización:** Si la promoción se centró en generar clientes potenciales, podemos rastrear la cantidad de solicitudes de cotización recibidas durante o después de la campaña.

**Seguimiento de conversiones en redes sociales:** Si utilizamos redes sociales como parte de tu estrategia de promoción, podemos monitorear métricas como el compromiso (me gusta, comentarios, compartidos), clics en enlaces y conversiones directas.

**Encuestas de satisfacción del cliente:** Después de que los clientes hayan utilizado los servicios de catering, podemos enviar encuestas de satisfacción para obtener retroalimentación sobre su experiencia.

## **4.5. Análisis de Plaza**

### **4.5.1. Objetivos**

El objetivo es asegurar una distribución eficiente y efectiva de nuestros servicios a través de diferentes canales y ubicaciones estratégicas. Esto incluye garantizar que nuestros servicios estén disponibles donde nuestros clientes potenciales los necesiten, ya sea directamente a través de ventas directas o indirectamente a través de socios y eventos.

### **4.5.2. Canales de Distribución**

- **Directo a Clientes Finales:**

La empresa puede ofrecer servicios de catering directamente a los clientes finales a través de ventas directas. Esto incluye la comercialización directa a través de su sitio web, llamadas telefónicas, visitas personales o mediante la participación en eventos de redes y ferias comerciales donde los clientes pueden conocer los servicios.

- **Indirecto a través de Intermediarios:**

Otra opción es utilizar intermediarios como organizadores de eventos, planificadores de bodas, empresas de eventos corporativos, o lugares que gestionan eventos. Estos intermediarios pueden conectar a la empresa de catering con clientes potenciales que necesitan servicios de catering como parte de un evento más grande.

### **4.5.3. Estrategias de Distribución**

- **Intensiva:**

Una estrategia intensiva puede ser efectiva si la empresa desea llegar a una amplia gama de clientes y eventos. Esto implica establecer presencia en múltiples canales y lugares donde se celebran eventos, como hoteles, salones de banquetes, centros de convenciones, etc.

- **Selectiva:**

Si la empresa se especializa en ciertos tipos de eventos o tiene capacidades específicas que atraen a segmentos de mercado particulares (por ejemplo, bodas de lujo, eventos corporativos grandes), puede optar por una estrategia selectiva. Esto implica seleccionar cuidadosamente los lugares y los planificadores de eventos con los que colaborar para maximizar la calidad y el alcance de sus servicios.

- **Exclusiva:**

Algunas empresas de catering pueden elegir una estrategia de distribución exclusiva si se centran en servicios de catering de alta gama y personalizados. Esto implica asociaciones exclusivas con lugares de prestigio o planificadores de eventos de alto perfil, donde la exclusividad y la calidad son fundamentales.

## 5. CAPITULO 4: PLAN DE RECURSOS HUMANOS

### 5. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

"La planificación estratégica de recursos humanos es una herramienta esencial para las organizaciones que desean alinear sus necesidades de personal con sus objetivos estratégicos. Esto incluye no solo la previsión de futuras necesidades de personal, sino también el desarrollo de estrategias para la adquisición, desarrollo y retención de talento" (Armstrong, 2014).

#### 5.1. Personal importante requerido en el área de producción u operaciones para inicio del negocio

Este equipo asegura que todos los aspectos de la producción y operación del catering ejecutivo se manejen de manera efectiva, manteniendo altos estándares de calidad y servicio.

#### 5.2 Personal de Área de Dirección

##### ➤ Director General

- **Responsabilidades:** Liderar la visión y estrategia global de la empresa, tomar decisiones clave, representar a la empresa y asegurar el logro de los objetivos a largo plazo.
- **Importancia:** Proporciona dirección y liderazgo general, alineando todos los departamentos con la misión y visión de la empresa.

##### ➤ Director Financiero

- **Responsabilidades:** Supervisar todas las actividades financieras de la empresa, desarrollar estrategias financieras, gestionar las relaciones con inversores y bancos, y asegurar la salud financiera a largo plazo de la empresa.
- **Importancia:** Proporciona una visión financiera integral y estratégica, ayudando a guiar la empresa hacia el crecimiento y la rentabilidad.

##### ➤ Director de Operaciones

- **Responsabilidades:** Supervisar las operaciones diarias, mejorar la eficiencia operativa, gestionar la cadena de suministro y coordinar entre diferentes departamentos.
- **Importancia:** Garantiza que las operaciones diarias se realicen de manera eficiente y eficaz, manteniendo altos estándares de calidad y servicio.

➤ **Director de Marketing y Ventas**

- **Responsabilidades:** Desarrollar y ejecutar estrategias de marketing, gestionar las relaciones con los clientes, supervisar las ventas y promociones y analizar las tendencias del mercado.
- **Importancia:** Asegura el crecimiento de la base de clientes y el aumento de las ventas, contribuyendo a la expansión del negocio.

➤ **Director de Recursos Humanos**

- **Responsabilidades:** Gestionar la contratación, capacitación y desarrollo del personal, manejar las relaciones laborales y desarrollar políticas y procedimientos de recursos humanos.
- **Importancia:** Asegura que la empresa tenga un equipo de trabajo competente y motivado, y que se mantenga un entorno de trabajo positivo.

### 5.3. Personal de Área de Ejecución

● **Chef Ejecutivo**

- **Responsabilidades:** Diseñar el menú, supervisar la preparación de los alimentos, asegurar la calidad y la presentación de los platos, y gestionar la cocina.
- **Importancia:** Asegura que los alimentos cumplan con los altos estándares de calidad y sabor necesarios para un servicio de catering ejecutivo.

● **Gerente de Proyectos**

- **Responsabilidades:** Planificar, ejecutar y supervisar proyectos específicos, asegurando que se cumplan los plazos y los presupuestos.
- **Importancia:** Asegura que los proyectos se completen de manera eficiente y efectiva, cumpliendo con los objetivos establecidos.

● **Coordinador de Eventos**

- **Responsabilidades:** Gestionar las solicitudes de los clientes, planificar los eventos, coordinar con el equipo de producción y asegurar que los requisitos del cliente se cumplan.
- **Importancia:** Actúa como enlace entre el cliente y la empresa, asegurando que las expectativas del cliente se cumplan y que los eventos se desarrollen sin problemas.

## 5.4. Personal de área de Operación

- **Supervisor de Producción**

- **Responsabilidades:** Coordinar el trabajo del equipo de cocina, asegurar que las recetas y procedimientos se sigan correctamente, y gestionar el tiempo de producción.

- **Importancia:** Garantiza la eficiencia en la producción de los alimentos y que se cumplan los estándares de calidad.

- **Encargado de Compras**

- **Responsabilidades:** Gestionar la adquisición de ingredientes y suministros, negociar con proveedores, y mantener el inventario adecuado.

- **Importancia:** Asegura que la cocina siempre tenga los ingredientes necesarios y que los costos de los suministros se mantengan dentro del presupuesto.

- **Personal de Cocina (Cocineros y Ayudantes de Cocina)**

- **Responsabilidades:** Preparar los alimentos según las indicaciones del chef, seguir las recetas y los procedimientos de cocina y mantener la limpieza en las áreas de trabajo.

- **Importancia:** Son la fuerza de trabajo que produce los alimentos y mantiene la operación de la cocina.

- **Personal de Logística y Entrega**

- **Responsabilidades:** Gestionar el transporte y la entrega de los pedidos a los clientes, asegurar que los alimentos lleguen en perfectas condiciones y a tiempo.

- **Importancia:** Asegura la puntualidad y la calidad en la entrega de los servicios de catering, lo cual es crucial para la satisfacción del cliente.

- **Encargado de Calidad y Seguridad Alimentaria**

- **Responsabilidades:** Asegurar que todas las operaciones cumplan con las normativas de salud y seguridad, realizar inspecciones regulares y capacitar al personal en prácticas de seguridad alimentaria.

- **Importancia:** Garantiza que los alimentos sean seguros para el consumo y que la empresa cumpla con todas las regulaciones.

### 5.4.1. Manual de Organización

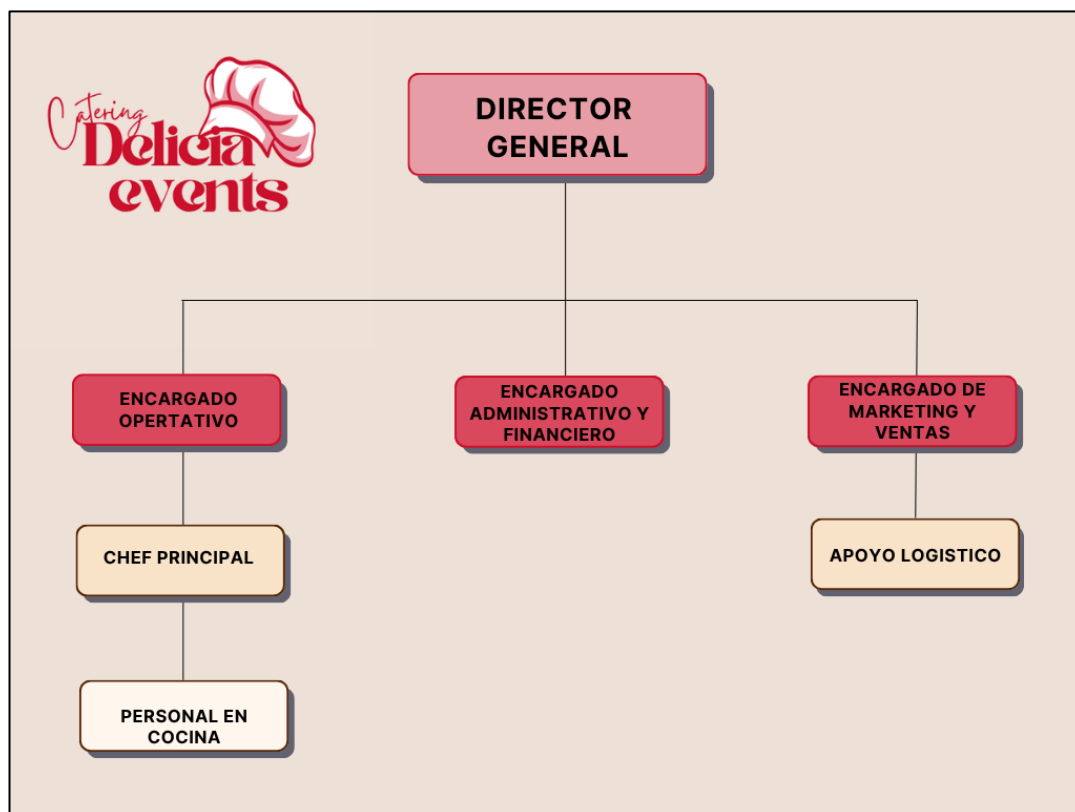
"El Manual de Organización es un documento fundamental que establece la estructura formal de la organización. Este manual detalla los puestos de trabajo, las responsabilidades específicas y las relaciones jerárquicas, proporcionando a los empleados una comprensión clara de sus roles dentro de la empresa" (Davis & Newstrom, 1989)

En el caso de este proyecto se aplicará una estructura de organigrama que describe la jerarquía de la organización y las relaciones entre sus diferentes áreas.

### 5.4.2. Organigrama

"El organigrama es una herramienta esencial en la administración de empresas que permite visualizar la estructura interna de la organización. A través de diagramas, se pueden identificar fácilmente las jerarquías, funciones y relaciones entre los diferentes puestos y departamentos" (Robbins & Coulter, 2018).

Catering a tu Gusto contara con personal de trabajo correspondiente para cada área de la empresa cada uno de ellos realizara sus actividades correspondientes de manera responsable.



### 5.4.3. Manual de Organización de Funciones

*Tabla 1 Manual de organización y funciones*

#### MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES

1ra. Revisión	2da. Revisión	Responsables	Código			

**Denominación del cargo:** DIRECTOR GENERAL

**Depende de:** Ninguna

**Tipos de relaciones:** Lineal

**Objetivos del cargo:** Es dirigir y supervisar todas las operaciones de la empresa para garantizar su crecimiento sostenible y rentable. Esto implica la implementación de estrategias efectivas, la optimización de recursos, y el aseguramiento del cumplimiento de las metas organizacionales a corto y largo plazo.

**Funciones generales:**

- Desarrollar y ejecutar planes estratégicos para alcanzar los objetivos de la empresa.
- Identificar oportunidades de crecimiento y expansión en nuevos mercados.
- Aprobar presupuestos y asegurar una gestión financiera responsable.
- Supervisar todas las operaciones diarias de la empresa, asegurando su eficiencia y efectividad.
- Representar a la empresa en eventos y reuniones importantes, asegurando una imagen corporativa positiva.

Elaborado por:	Fecha de presentación	Aprobado por:	Fecha de aprobación	Firma

## MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES

1ra. Revisión	2da. Revisión	Responsables	Código			

Denominación del cargo: ENCARGADO OPERATIVO

Depende de: Ninguna

Tipos de relaciones: Lineal

Objetivos del cargo: Supervisar las operaciones diarias, incluyendo cocina, control de calidad y coordinación logística del servicio.

Funciones generales:

- Coordinar y supervisar al personal de cocina.
- Controlar la calidad de los alimentos y servicios ofrecidos.
- Planificar y asegurar el cumplimiento de cronogramas operativos.
- Gestionar los pedidos de insumos necesarios para la producción.
- Supervisar normas de higiene y seguridad alimentaria.
- Supervisar el montaje de servicios de eventos

Elaborado por:	Fecha de presentación	Aprobado por:	Fecha de aprobación	Firma

## MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES

1ra. Revisión	2da. Revisión	Responsables	Código			

Denominación del cargo: ENCARGADO ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO

Depende de: Ninguna

Tipos de relaciones: Lineal

Objetivos del cargo: Llevar el control financiero, administrativo y contable del proyecto, optimizando recursos y garantizando la sostenibilidad económica.

Funciones generales:

- Gestionar ingresos, egresos y flujo de caja.
- Controlar inventarios y compras e insumos.
- Preparar reportes financieros mensuales.
- Administrar contratos y documentos legales del personal.
- Reaolixar pagos a proveedores y gestionar cobranzas.

Elaborado por:	Fecha de presentación	Aprobado por:	Fecha de aprobación	Firma

## MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES

1ra. Revisión	2da. Revisión	Responsables	Código			

Denominación del cargo: ENCARGADO DE MARKETING Y VENTAS

Depende de: Ninguna

Tipos de relaciones: Lineal

Objetivos del cargo: Promover la marca, gestionar ventas y mantener relaciones con clientes, desarrollando estrategias para captar y fidelizar clientes.

Funciones generales:

- Crear y ejecutar campañas de marketing digital (RRSS)
- Diseñar material promocional y mantener la imagen de la empresa
- Atender consultas y coordinar reuniones con clientes potenciales.
- Gestionar la cartera de clientes y seguimiento postventa.
- Planificar y organizar eventos promocionales.

Elaborado por:	Fecha de presentación	Aprobado por:	Fecha de aprobación	Firma

## MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES

1ra. Revisión	2da. Revisión	Responsables	Código			

Denominación del cargo: COCINERO PRINCIPAL (CHEF)

Depende de: Encargado operativo

Tipos de relaciones: Lineal

Objetivos del cargo: Preparar los alimentos del menú con altos estándares de calidad, higiene y presentación.

Funciones generales:

- Elaborar platos según el menu establecido.
- Verificar la calidad de insumos antes de su uso.
- Mantener limpieza y orden en el area de cocina.
- Controlar porciones y presentacion adecuada de los alimentos.
- Apoyar en la planificacion de menu junto al encargado operativo.
- Supervisar tiempos de coccion y entrega.

Elaborado por:	Fecha de presentación	Aprobado por:	Fecha de aprobación	Firma

## MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES

1ra. Revisión	2da. Revisión	Responsables	Código			

Denominación del cargo: APOYO LOGISTICO

Depende de: Encargado de marketing y ventas

Tipos de relaciones: Lineal

Objetivos del cargo: Brindar soporte en las tareas de transporte, distribución, montaje de eventos y control de insumos, asegurando que los servicios de catering lleguen puntualmente y en óptimas condiciones al cliente.

Funciones generales:

- Transportar alimentos, bebidas y materiales necesarios a los lugares de entrega o eventos.
- Apoyar en el montaje y desmontaje de mesas, mantelería, utensilios y decoración.
- Supervisar la correcta manipulación y embalaje de los productos a transportar.
- Controlar la carga y descarga de productos antes y después de cada servicio.
- Reportar cualquier daño, pérdida o retraso en el traslado de productos.
- Colaborar con el Encargado Operativo para cumplir con los cronogramas de entrega.

Elaborado por:	Fecha de presentación	Aprobado por:	Fecha de aprobación	Firma

## MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES

1ra. Revisión	2da. Revisión	Responsables	Código			

Denominación del cargo: APOYO DE COCINA

Depende de: Chef

Tipos de relaciones: Lineal

Objetivos del cargo: Asistir al Cocinero/a Principal en la preparación de alimentos, limpieza de utensilios y organización de la cocina, asegurando eficiencia, higiene y orden en el proceso de producción gastronómica.

Funciones generales:

- Lavar, pelar, picar y preparar ingredientes según indicaciones del cocinero/a.
- Limpiar utensilios, equipos y superficies de trabajo antes, durante y después del servicio.
- Apoyar en el empaque y porcionado de los alimentos.
- Revisar la disponibilidad y orden de los insumos en cocina.
- Cumplir con las normas de higiene y seguridad alimentaria.
- Retirar desechos y mantener el área de cocina libre de residuos.
- Reportar cualquier problema con insumos, utensilios o equipos.

Elaborado por:	Fecha de presentación	Aprobado por:	Fecha de aprobación	Firma

#### **5.4.4. Plan de carrera**

**Objetivo:** Garantizar la excelencia en la calidad de los alimentos y el servicio, cumpliendo con los estándares más altos de higiene, frescura y presentación, para satisfacer las expectativas de los clientes que nos lleve a crear una experiencia única en el ámbito gastronómico.

**Objetivos:**

- Ofrecer un menú variado y personalizado: Adaptar el menú a las preferencias y requisitos específicos del cliente corporativo, ofreciendo opciones de alimentos de alta calidad y presentación atractiva.
- Servicio: Brindar un servicio profesional y cortés que cumpla con los estándares de calidad de la empresa y que satisfaga las necesidades de los clientes.
- Presentación limpia: Asegurarse de que la presentación de los alimentos y la disposición del área de catering sean atractivas, cuidando la seguridad del cliente.
- Cumplimiento de los requisitos dietéticos y restricciones alimenticias: Garantizar que se atiendan las necesidades dietéticas especiales, como vegetarianismo, veganismo, alergias alimentarias, entre otros, de manera precisa y cuidadosa.

**Reclutamiento**

"Las organizaciones contemporáneas están adoptando estrategias de reclutamiento más innovadoras, como el uso de redes sociales y tecnología de inteligencia artificial, para identificar y atraer candidatos potenciales. Estas herramientas permiten un alcance más amplio y una evaluación más precisa de las habilidades de los candidatos"

(Dessler, G. 2020. Human Resource Management. 16th Edition. New Jersey: Pearson Education).

Para el reclutamiento de nuestro personal nos enfocaremos en seleccionar personas que tengan la motivación y habilidades claves para formar parte de nuestro equipo de Catering A Tu Gusto.

### **Experiencia en Catering y Eventos**

- Preferiblemente, los candidatos deben contar con experiencia previa en servicios de catering y eventos, especialmente en entornos ejecutivos donde se requiere atención al detalle y habilidades avanzadas en la preparación y presentación de alimentos.

### **Habilidades Técnicas y Culinarias**

- Competencias sólidas en cocina y preparación de alimentos, incluyendo técnicas avanzadas de cocina, conocimiento de menús ejecutivos y capacidad para trabajar bajo presión manteniendo altos estándares de calidad.

### **Orientación al Cliente y Protocolo**

- Capacidad demostrada para proporcionar un servicio al cliente excepcional, adaptado a las necesidades y expectativas de clientes ejecutivos. Conocimiento de protocolo en eventos y capacidad para manejar interacciones con clientes de manera profesional.

### **Flexibilidad y Disponibilidad Horaria**

- Disponibilidad para trabajar en horarios flexibles, incluyendo fines de semana y días festivos según las necesidades del servicio de catering ejecutivo. Adaptabilidad para atender eventos de corto plazo y cambios de última hora.

### **Trabajo en Equipo y Colaboración**

- Habilidad para trabajar eficazmente en equipo, colaborando con otros miembros del equipo de catering, así como con personal de apoyo en eventos. Capacidad para mantener la comunicación fluida y la coordinación durante la ejecución de eventos.

### **Selección**

"El proceso de selección es crucial para la gestión eficaz de recursos humanos, ya que determina la calidad de la fuerza laboral. Seleccionar a los candidatos adecuados no solo afecta el desempeño individual, sino también la productividad y la cohesión del equipo a largo plazo"

(Mathis, R. L., & Jackson, J. H. 2011. Human Resource Management. 13th Edition. Mason, OH: South-Western Cengage Learning).

Para obtener una selección efectiva de personal en un servicio de Catering Ejecutivo, es crucial implementar un proceso riguroso y bien estructurado. Esto implica comenzar con la definición clara de los perfiles de puesto, identificando las habilidades técnicas en cocina y servicio, así como las competencias blandas necesarias para interactuar con clientes ejecutivos y cumplir con estándares de calidad exigentes. Posteriormente, es vital utilizar métodos de reclutamiento que atraigan candidatos con experiencia previa en catering y eventos, asegurando que puedan adaptarse a horarios flexibles y trabajar bajo presión. Las entrevistas deben enfocarse en evaluar tanto las habilidades prácticas como las habilidades interpersonales, garantizando un ajuste cultural con la empresa y una predisposición para mantener altos niveles de servicio y atención.

### **Capacitación**

"La capacitación y el desarrollo efectivos de los empleados son esenciales para mejorar el rendimiento organizacional y mantener la competitividad en un entorno global dinámico. Las organizaciones que invierten en programas de capacitación adecuados no solo mejoran las habilidades técnicas de sus empleados, sino también su compromiso y satisfacción laboral"

(Noe, R. A. 2017. Employee Training and Development. 7th Edition. New York: McGraw-Hill Education).

Para la capacitación del personal de un Catering Ejecutivo, es crucial diseñar un programa integral que no solo fortalezca las habilidades técnicas y culinarias, sino también las habilidades blandas necesarias para ofrecer un servicio de alta calidad en eventos ejecutivos. Aquí tenemos algunas características clave que deberían estar presentes en el programa de capacitación:

### **Conocimiento de Menús y Gestión de Eventos**

- Familiarización con la estructura y composición de menús ejecutivos, adaptación a requerimientos dietéticos específicos, y gestión eficiente de la producción de alimentos según las demandas de eventos y el número de comensales.

### **Atención al Cliente y Protocolo Ejecutivo**

- Capacitación en atención al cliente de alto nivel, enfocada en la interacción con clientes ejecutivos y la aplicación de protocolos de servicio adecuados para eventos formales. Incluye manejo de quejas y resolución de problemas.

### **Gestión del Tiempo y Organización**

- Desarrollo de habilidades para la gestión efectiva del tiempo y la organización del trabajo en entornos dinámicos de catering ejecutivo. Entrenamiento en la planificación previa de eventos, coordinación de tareas y cumplimiento de horarios.

### **Normas de Higiene y Seguridad Alimentaria**

- Capacitación rigurosa en prácticas de higiene alimentaria y seguridad en la manipulación de alimentos, cumpliendo con las normativas locales e internacionales. Enfoque en la prevención de riesgos alimentarios y el mantenimiento de estándares sanitarios.

### **Contratación**

"El proceso de contratación no solo implica la selección de candidatos calificados, sino también la negociación de términos contractuales que aseguren un ajuste mutuo entre las expectativas del empleado y las necesidades organizacionales. Este proceso inicial sienta las bases para la relación laboral y el éxito futuro del empleado en la organización"

(Dowling, P., Festing, M., & Engle, A. 2021. International Human Resource Management. 8th Edition. London: Cengage Learning).

Una vez seleccionados los candidatos ideales, el siguiente paso es negociar términos contractuales claros y equitativos, que incluyan aspectos como remuneración competitiva, beneficios adicionales relevantes, y condiciones laborales legales que promuevan un ambiente de trabajo positivo y productivo. Todas las condiciones contractuales serán transparentes y cumplirán con las regulaciones laborales vigentes, asegurando así una integración exitosa del nuevo personal en el equipo de catering ejecutivo.

## **Inducción**

Durante este proceso, se les presenta la misión, visión y valores de la empresa, así como sus políticas y procedimientos clave. Además, se les familiariza con la estructura organizativa, los compañeros de trabajo y las herramientas y recursos disponibles. La inducción no solo busca facilitar la adaptación inicial del empleado, sino también establecer una base sólida para su éxito futuro dentro de la empresa.

## **Motivación al Personal**

Fomentaremos un entorno laboral positivo y colaborativo donde se valore la comunicación abierta, el respeto mutuo y la camaradería entre colegas. Ofreceremos paquetes de beneficios competitivos y compensaciones justas que reconozcan la contribución del personal al éxito de la empresa. Igualmente organizaremos eventos sociales, actividades recreativas o programas de voluntariado que fortalezcan el espíritu de equipo y la cohesión entre los empleados.

## **Sueldos y Salarios**

<b>PERSONAL</b>	<b>SUELDO BASIVO</b>
CHEF	3.000,00
COCINERO	2.750,00
ENCARGADO ADMINISTRADOR FIN	3.000,00
APOYO LOGISTICO	2.750,00
ENCARGADO MARKETING Y VENTA	3.000,00
DIRECTOR GENERAL	4.000,00

## **Seguridad e Higiene Personal**

Nuestra Catering estará comprometida con la seguridad y la salud de todo nuestro personal. Implementamos rigurosos estándares y procedimientos de seguridad e higiene para garantizar un entorno de trabajo seguro y saludable. Esto incluye formación continua en prácticas seguras, equipos de protección personal adecuados y mantenimiento regular de nuestras instalaciones para minimizar riesgos. Nuestro objetivo es proteger la integridad física y mental de nuestros empleados, fomentando así un ambiente laboral seguro donde todos puedan prosperar y trabajar con confianza.

## **Evaluación de Desempeño**

En nuestro Catering Delizia Events, valoramos el desempeño de nuestro personal como clave para alcanzar nuestros objetivos organizacionales y personales. Realizamos evaluaciones regulares basadas en criterios claros y objetivos, que permiten medir tanto los logros individuales como el impacto en equipo. A través de este proceso, identificamos fortalezas, áreas de mejora y oportunidades de desarrollo personalizado. Nos comprometemos a brindar retroalimentación constructiva y apoyo continuo para fomentar el crecimiento profesional y asegurar que cada miembro del equipo alcance su máximo potencial en un ambiente de trabajo colaborativo y motivador.

## 6. CAPITULO 5: PLAN DE FINANZAS

### 6. PLAN DE FINANZAS

#### 6.1. Estados financieros

#### 6.2. Balance general

CATERING DELIZIA EVENTS S.A.			
BALANCE APERTURA			
(Expresado en bolivianos)			
Activo			Pasivo
Activo Corriente			Pasivo Corriente
Efectivo y Equivalentes	Bs 197.250,55		
Inventarios	Bs -		
	Bs -		Total Pasivo Corriente
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>Bs 197.250,55</b>		<b>Bs -</b>
Activo No Corriente			Pasivo No Corriente
Equipo y maquinaria	Bs 189.930,00		Préstamo Bancario
Vehículos	Bs 167.040,00		Bs 221.688,22
			<b>Total Pasivo No Corriente</b>
			<b>Bs 221.688,22</b>
			<b>Total Pasivos</b>
			<b>Bs 221.688,22</b>
			<b>Patrimonio Neto</b>
			Capital Social
			Bs 332.532,33
<b>Total Activo No Corriente</b>	<b>Bs 356.970,00</b>		Utilidades Retenidas
			<b>Total Patrimonio Neto</b>
			<b>Bs 332.532,33</b>
<b>Total Activos</b>	<b>Bs 554.220,55</b>		<b>Total Pasivos y Patrimonio Neto</b>
			<b>Bs 554.220,55</b>

#### 6.3. Estado de resultado

El siguiente cuadro muestra el Estado Resultado de pérdidas y ganancias de la empresa A tu gusto S.A. dedicada al Catering de acuerdo al siguiente detalle:

ESTADO DE RESULTADO	2025	2026	2027	2028	2029	2030
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	1.271.118,09	1.348.020,74	1.501.054,79	1.755.035,14	2.154.588,75	2.777.360,51
COSTO DE VENTA VARIABLE	482.606,75	511.804,46	569.907,06	666.336,04	818.034,98	1.054.483,39
MARGEN DE CONT DE LA PRODUCCION	788.511,35	836.216,28	931.147,74	1.088.699,10	1.336.553,76	1.722.877,11
GASTO COMERCIAL	63.555,90	67.401,04	75.052,74	87.751,76	107.729,44	138.868,03
IMPUESTO A LAS TRANSACCIONES	50.381,22	14.398,07	8.903,13	5.323,83	-	-
MARGEN CONT TOTAL	<b>674.574,23</b>	<b>754.417,18</b>	<b>847.191,87</b>	<b>995.623,51</b>	<b>1.228.824,33</b>	<b>1.584.009,09</b>
	<b>53%</b>	<b>56%</b>	<b>56%</b>	<b>57%</b>	<b>57%</b>	<b>57%</b>
COSTOS FIJOS						
MANO DE OBRA	371.507,75	408.658,53	449.524,38	494.476,82	543.924,50	598.316,95
GASTOS GENERALES	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00
IMPUESTOS MUNICIPALES	29.943,55	30.827,49	32.586,50	35.505,82	40.098,39	47.256,68
SERVICIOS BASICOS	12.960,00	12.960,00	12.960,00	12.960,00	12.960,00	12.960,00
ALQUILER	33.600,00	33.600,00	33.600,00	33.600,00	33.600,00	33.600,00
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>460.011,30</b>	<b>498.046,02</b>	<b>540.670,88</b>	<b>588.542,63</b>	<b>642.582,88</b>	<b>704.133,63</b>
<b>EBHDA</b>	<b>214.562,92</b>	<b>256.371,16</b>	<b>306.520,99</b>	<b>407.080,88</b>	<b>586.241,44</b>	<b>879.875,46</b>
DEPRECIACION	36.269,25	36.269,25	36.269,25	36.269,25	36.269,25	36.269,25
EBIT	178.293,67	220.101,91	270.251,74	370.811,63	549.972,19	877.014,21
COSTO FINANCIERO	22.168,82	17.735,06	13.301,29	8.867,53	4.433,76	-
UTILIDAD ANTE IMPUESTO	156.124,85	202.366,85	256.950,45	361.944,10	545.538,43	877.014,21
IUE	39.031,21	50.591,71	64.237,61	90.486,03	136.384,61	219.253,55
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>117.093,64</b>	<b>151.775,14</b>	<b>192.712,84</b>	<b>271.458,08</b>	<b>409.153,82</b>	<b>657.760,66</b>

## 6.4. Flujo de caja

### 6.4.1. Flujo de caja de operación o explotación

El siguiente cuadro muestra la proyección de ingresos de la empresa dedicada a catering. Mediante datos obtenidos a través de la investigación de mercado se espera un consumo de 85000 Productos consumido por año, al igual que esperando un total de 175.600,00 Bs de acuerdo al siguiente detalle:

DEMANDA	-	1	2	3	4	5
	2.025	2.026	2.027	2.028	2.029	2.030
MINI HAMBURGUESA	19.600,00	20.580,00	22.689,45	26.265,87	31.926,33	40.746,99
MINI TACOS	17.460,00	18.333,00	20.212,13	23.398,07	28.440,50	36.298,09
SANDWICH DE POLLO	15.600,00	16.380,00	18.058,95	20.905,49	25.410,76	32.431,28
ALITAS BOUCHET	18.600,00	19.530,00	21.531,83	24.925,78	30.297,44	38.668,06
MINI PIQUE MACHO	17.100,00	17.955,00	19.795,39	22.915,64	27.854,10	35.549,67
MINI ARROZ CHAUFÁ	16.640,00	17.472,00	19.262,88	22.299,19	27.104,81	34.593,36
MOUSSE DE MARACUYA	16.920,00	17.766,00	19.587,02	22.674,42	27.560,90	35.175,46
MOUSSE DE LIMON	18.200,00	19.110,00	21.068,78	24.389,74	29.645,88	37.836,49
MOUSSE DE CHOCOLATE	18.200,00	19.110,00	21.068,78	24.389,74	29.645,88	37.836,49
MOUSSE DE OREO	17.280,00	18.144,00	20.003,76	23.156,85	28.147,30	35.923,88
<b>TOTAL</b>	<b>175.600,00</b>	<b>184.380,00</b>	<b>203.278,95</b>	<b>235.320,79</b>	<b>286.033,90</b>	<b>365.059,79</b>
<b>PRECIO</b>	<b>2.025</b>	<b>2.026</b>	<b>2.027</b>	<b>2.028</b>	<b>2.029</b>	<b>2.030</b>
MINI HAMBURGUESA	8,86	8,94	9,03	9,12	9,22	9,31
MINI TACOS	10,52	10,63	10,73	10,84	10,95	11,06
SANDWICH DE POLLO	8,59	8,68	8,76	8,85	8,94	9,03
ALITAS BOUCHET	6,27	6,33	6,39	6,46	6,52	6,58
MINI PIQUE MACHO	11,08	11,19	11,30	11,41	11,53	11,64
MINI ARROZ CHAUFÁ	10,28	10,39	10,49	10,60	10,70	10,81
MOUSSE DE MARACUYA	6,61	6,68	6,74	6,81	6,88	6,95
MOUSSE DE LIMON	6,34	6,41	6,47	6,54	6,60	6,67
MOUSSE DE CHOCOLATE	7,40	7,48	7,55	7,63	7,70	7,78
MOUSSE DE OREO	7,56	7,64	7,71	7,79	7,87	7,95
<b>INGRESO</b>	<b>2.025</b>	<b>2.026</b>	<b>2.027</b>	<b>2.028</b>	<b>2.029</b>	<b>2.030</b>
MINI HAMBURGUESA	173.580,09	184.081,68	204.979,56	239.662,36	294.224,20	379.268,05
MINI TACOS	183.707,27	194.821,56	216.938,68	253.644,97	311.390,12	401.395,68
SANDWICH DE POLLO	134.031,53	142.140,44	158.276,94	185.057,59	227.188,04	292.855,47
ALITAS BOUCHET	116.536,06	123.586,49	137.616,64	160.901,55	197.532,61	254.628,30
MINI PIQUE MACHO	189.412,73	200.872,20	223.676,22	261.522,51	321.061,07	413.861,97
MINI ARROZ CHAUFÁ	171.120,47	181.473,25	202.075,00	236.266,35	290.055,05	373.893,84
MOUSSE DE MARACUYA	111.825,13	118.590,55	132.053,54	154.397,16	189.547,42	244.335,04
MOUSSE DE LIMON	115.473,32	122.459,46	136.361,67	159.434,23	195.731,24	252.306,25
MOUSSE DE CHOCOLATE	134.718,88	142.869,37	159.088,61	186.006,60	228.353,11	294.357,29
MOUSSE DE OREO	130.649,82	138.554,13	154.283,49	180.388,45	221.455,92	285.466,50
<b>TOTAL INGRESOS BRUTO</b>	<b>1.461.055,28</b>	<b>1.549.449,13</b>	<b>1.725.350,34</b>	<b>2.017.281,77</b>	<b>2.476.538,79</b>	<b>3.192.368,40</b>
<b>INGRESO NETO</b>	<b>1.271.118,09</b>	<b>1.348.020,74</b>	<b>1.501.054,79</b>	<b>1.755.035,14</b>	<b>2.154.588,75</b>	<b>2.777.360,51</b>

El siguiente cuadro muestra los costos de mano de obra directa de la empresa dedicada al catering, de acuerdo al siguiente detalle:



<b>AMORTIZACION DEL CREDITO</b>				
Tasa de interes nominal anual				10%
Plazo				5
Monto				221.688
Cuota Mensual				\$4.710,22
<b>NRO</b>	<b>INTERES</b>	<b>AMORTIZACION</b>	<b>TOTAL CUOTA</b>	<b>SALDO DEUDO</b>
-				221.688
1	1.847	2.863	4.710,22	218.825
2	1.824	2.887	4.710,22	215.939
3	1.799	2.911	4.710,22	213.028
4	1.775	2.935	4.710,22	210.093
5	1.751	2.959	4.710,22	207.134
6	1.726	2.984	4.710,22	204.149
7	1.701	3.009	4.710,22	201.140
8	1.676	3.034	4.710,22	198.106
9	1.651	3.059	4.710,22	195.047
10	1.625	3.085	4.710,22	191.962
11	1.600	3.111	4.710,22	188.852
12	1.574	3.136	4.710,22	185.715
13	1.548	3.163	4.710,22	182.553
14	1.521	3.189	4.710,22	179.364
15	1.495	3.216	4.710,22	176.148
16	1.468	3.242	4.710,22	172.906
17	1.441	3.269	4.710,22	169.637
18	1.414	3.297	4.710,22	166.340
19	1.386	3.324	4.710,22	163.016
20	1.358	3.352	4.710,22	159.664
21	1.331	3.380	4.710,22	156.285
22	1.302	3.408	4.710,22	152.877
23	1.274	3.436	4.710,22	149.440
24	1.245	3.465	4.710,22	145.976
25	1.216	3.494	4.710,22	142.482
26	1.187	3.523	4.710,22	138.959
27	1.158	3.552	4.710,22	135.407
28	1.128	3.582	4.710,22	131.825
29	1.099	3.612	4.710,22	128.213
30	1.068	3.642	4.710,22	124.571
31	1.038	3.672	4.710,22	120.899
32	1.007	3.703	4.710,22	117.197
33	977	3.734	4.710,22	113.463
34	946	3.765	4.710,22	109.698
35	914	3.796	4.710,22	105.902
36	883	3.828	4.710,22	102.074
37	851	3.860	4.710,22	98.215
38	818	3.892	4.710,22	94.323
39	786	3.924	4.710,22	90.399
40	753	3.957	4.710,22	86.442
41	720	3.990	4.710,22	82.452
42	687	4.023	4.710,22	78.429
43	654	4.057	4.710,22	74.372
44	620	4.090	4.710,22	70.282
45	586	4.125	4.710,22	66.157
46	551	4.159	4.710,22	61.999
47	517	4.194	4.710,22	57.805
48	482	4.229	4.710,22	53.576
49	446	4.264	4.710,22	49.313
50	411	4.299	4.710,22	45.013
51	375	4.335	4.710,22	40.678
52	339	4.371	4.710,22	36.307
53	303	4.408	4.710,22	31.899
54	266	4.444	4.710,22	27.455
55	229	4.481	4.710,22	22.974
56	191	4.519	4.710,22	18.455
57	154	4.556	4.710,22	13.898
58	116	4.594	4.710,22	9.304
59	78	4.633	4.710,22	4.671
60	39	4.671	4.710,22	-
<b>TOTAL</b>	<b>60.925</b>	<b>221.688</b>	<b>282.613</b>	

## 6.5. Flujo de Caja Libre

FLUJO DE CAJA LIBRE						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	2025	2026	2027	2028	2029	2030
<b>FLUJO DE CAJA OPERATIVO</b>						
<b>INGRESOS OPERATIVOS</b>		1.549.449,13	1.725.350,34	2.017.281,77	2.476.538,79	3.192.368,40
VENTAS CON IVA		1.549.449,13	1.725.350,34	2.017.281,77	2.476.538,79	3.192.368,40
<b>EGRESOS OPERATIVOS VARIABLES</b>		579.205,49	644.959,80	754.087,80	925.764,42	1.193.351,42
GASTOS COMERCIALES		67.401,04	75.052,74	87.751,76	107.729,44	138.868,03
INSUMOS		511.804,46	569.907,06	666.336,04	818.034,98	1.054.483,39
<b>EGRESOS OPERATIVOS FIJOS</b>		498.046,02	540.670,88	588.542,63	642.582,88	704.133,63
MANO DE OBRA INDIRECTA		408.658,53	449.524,38	494.476,82	543.924,50	598.316,95
GASTOS GENERALES		12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00
IMPUESTOS MUNICIPALES		30.827,49	32.586,50	35.505,82	40.098,39	47.256,68
SERVICIOS BASICOS		12.960,00	12.960,00	12.960,00	12.960,00	12.960,00
ALQUILER		33.600,00	33.600,00	33.600,00	33.600,00	33.600,00
<b>TOTAL FLUJO DE CAJA OPERATIVO</b>		472.197,62	539.719,66	674.651,34	908.191,48	1.294.883,35
<b>FLUJO DE CAJA DE INVERSION</b>						
INVERSION EN ACTIVOS FIJO	- 189.930,00					
INVERSION DIFERIDA	- 9.800,00					
<b>TOTAL FLUJO DE CAJA DE INVERSION</b>	- 199.730,00	-	-	-	-	-
<b>FLUJO DE CAJA DE FINANCIAMIENTO</b>						
APORTE PROPIO	332.532,33					
FINANCIAMIENTO EXTERNO	221.688,22					
AMORTIZACION DEL PRESTAMO		44.337,64	44.337,64	44.337,64	44.337,64	44.337,64
PAGO DE INTERESES		22.168,82	17.735,06	13.301,29	8.867,53	4.433,76
<b>TOTAL FLUJO DE CAJA DE FINANCIAMIENTO</b>	554.220,55	- 66.506,47	- 62.072,70	- 57.638,94	- 53.205,17	- 48.771,41

## 6.6. Instrumentos requeridos:

### 6.6.1. TRMA. Tasa de rendimiento mínima aceptada

AÑO	INFLACION
2024	3.52%
2025	3.46%
2026	3.06%
2027	2.52%
2028	1.86%
2029	2.12%
<b>PROMEDIO</b>	<b>2.88%</b>

### 6.6.2. VAN. Valor Actual Neto y TIR

El siguiente cuadro de evaluación muestra la determinación de un VAN 3.0890923,08Bs, a partir de los resultados obtenidos se obtiene una TIR del 113%, de acuerdo al siguiente detalle:

<b>VAN'</b>	<b>3.089.923,08</b>
<b>TIR</b>	<b>113%</b>

### 6.6.3. Punto de equilibrio.

DETERMINACION DEL PUNTO DE EQUILIBRIO (Expresado en Bolivianos)							
DETALLE		2025	2026	2027	2028	2029	2030
INGRESOS		1.271.118	1.348.021	1.501.055	1.755.035	2.154.589	2.777.361
COSTOS FIJOS		460.011	498.046	540.671	588.543	642.583	704.134
COSTOS VARIABLES		63.556	67.401	75.053	87.752	107.729	138.868
PUNTO DE EQUILIBRIO		484.222	524.259	569.127	619.519	676.403	741.193

### 6.6.4. Describa los principales riesgos financieros que presentaría su negocio

Los principales riesgos financieros pueden ser diversos y abarcar varios aspectos del negocio. A continuación, se describen algunos de los más relevantes:

- Riesgo de Flujo de Caja

Este riesgo se refiere a la posibilidad de no tener suficiente efectivo disponible para cubrir las operaciones diarias, como el pago de proveedores, salarios y otros gastos operativos. La naturaleza fluctuante de la demanda en el catering puede causar problemas en la gestión del flujo de caja.

- Riesgo de Crédito

Este riesgo está asociado con la posibilidad de que los clientes no paguen a tiempo o, en el peor de los casos, no paguen en absoluto. Esto puede afectar seriamente la liquidez del negocio, especialmente si se depende de pocos clientes grandes.

- Riesgo de Mercado

El riesgo de mercado incluye la variabilidad en la demanda de servicios de catering debido a cambios en las tendencias del mercado, condiciones económicas generales, estacionalidad y competencia. Un cambio repentino en las preferencias de los clientes o una recesión económica puede disminuir la demanda.

- Riesgo de Costo de Insumos

Los costos de los alimentos y otros suministros pueden variar debido a factores externos como la inflación, cambios climáticos que afectan la producción agrícola, o variaciones en los precios de los combustibles que afectan el transporte. Estos

cambios pueden reducir los márgenes de ganancia si no se pueden trasladar a los clientes.

- **Riesgo Operacional**

Este riesgo se refiere a la posibilidad de pérdidas financieras debido a fallos en los procesos internos, errores humanos, problemas tecnológicos o desastres naturales. En el negocio de catering, esto podría incluir problemas en la preparación de alimentos, errores en la logística de entrega, o fallos en la gestión de eventos.

- **Riesgo Legal y de Cumplimiento**

Los negocios de catering deben cumplir con diversas normativas de salud y seguridad alimentaria. El incumplimiento de estas regulaciones puede resultar en multas, demandas o incluso el cierre del negocio. Además, contratos mal redactados con clientes o proveedores pueden llevar a disputas legales costosas.

- **Riesgo de Reputación**

La reputación es crucial en el negocio de catering. Un evento mal gestionado, problemas con la calidad de los alimentos, o una mala crítica pública pueden afectar negativamente la percepción del negocio y reducir la clientela futura.

- **Riesgo de Dependencia de Proveedores**

Si el negocio depende de un número limitado de proveedores para ingredientes clave, existe un riesgo considerable si alguno de estos proveedores falla en entregar los productos a tiempo o a un precio razonable. Esto puede interrumpir las operaciones y aumentar los costos.

- **Riesgo de Competencia**

El mercado de catering puede ser altamente competitivo. La entrada de nuevos competidores o estrategias agresivas de precios de los competidores existentes puede presionar los márgenes de beneficio y reducir la participación en el mercado.

- Riesgo de Planificación de Eventos

Los eventos pueden cancelarse o reprogramarse, lo cual puede impactar negativamente en las finanzas del negocio. Además, los errores en la planificación, como la sobreestimación o subestimación de la cantidad de comida necesaria, pueden generar pérdidas significativas.

## **7. CAPITULO 6: ESTUDIO JURIDICO FISCAL**

### **7.1 ESTUDIO JURIDICO FISCAL**

Se constituiría como una sociedad de responsabilidad limitada (S.R.L.). Este tipo de forma jurídica ofrece una estructura flexible para la gestión y operación de negocios, permitiendo a los socios limitar su responsabilidad al capital aportado.

### **7.2 Porque esta forma Jurídica**

La forma jurídica de sociedad de responsabilidad limitada (S.R.L.) fue elegida para la empresa de Catering Delizia Events por las siguientes razones:

- Permite una estructura de gestión adaptada a las necesidades específicas del negocio, incluyendo la posibilidad de designar administradores y distribuir funciones de manera efectiva.
- Facilita la captación de inversiones y la obtención de créditos, ya que es una estructura reconocida y aceptada por entidades financieras y potenciales inversores.
- La legislación boliviana proporciona un marco legal claro y previsible para las S.R.L., lo cual facilita la operación y cumplimiento de requisitos legales.

### **7.3 Nombre de la Empresa**

CATERING DELIZIA EVENTS SRL es el nombre para la presentación para nuestra empresa con este nombre se hará todo el respectivo procedimiento para cumplir con las normas legales, jurídicas y administrativas en Bolivia.

### **7.4 Número de Socios**

La empresa CATERING DELIZIA EVENTS SRL es una empresa de responsabilidad limitada, por los socios que actualmente lo integran 5 miembros en la empresa:

- Yupanqui Villca Stefany
- Mamani Díaz Fabiola Jimena
- Choquehuanca Quispe Mary Luz
- Urquieta Flores Darling
- Olmedo Ramos Brayan
- Suca Segundo Yoel

## **7.5 Organismos Públicos de la Empresa**

- Servicio Plurinacional de Registro de Comercio (SEPREC).
- Servicio de Impuestos Nacionales (SIN).
- Caja Nacional de Salud.
- Administradoras de Fondos de Pensiones – AFP.
- Ministerio de Trabajo
- Servicio Nacional de Propiedad Intelectual SENAPI.
- SENASAG

## **7.6 Obligaciones Fiscales**

### **SEPREC (FUNDEMPRESA)**

#### **RESERVA DE NOMBRE**

La reserva de nombre para S.R.L., Sociedad Colectiva y Sociedad en Comandita Simple es de 10 días hábiles.

#### **REQUISITOS**

- Formulario web de Solicitud de Inscripción con carácter de declaración jurada, debidamente llenado por el representante legal y con aprobación vía ciudadanía digital.
- Testimonio de escritura pública de constitución social, en original o fotocopia legalizada legible. El mencionado instrumento debe contener los aspectos previstos en el Art. 127 del Código de Comercio y adecuarse a las normas correspondientes al tipo societario respectivo establecidas en el mismo cuerpo normativo. Cargar en formato PDF para el trámite virtual.
- Cancelar el costo para Publicación in extenso del testimonio de constitución en la Gaceta Electrónica del Registro de Comercio
- Testimonio de poder del representante legal (Cargar en formato PDF con firma digital del Notario de Fe Pública para el trámite virtual) original o fotocopia legalizada legible, para el caso en el que la escritura pública de constitución no determine el nombramiento del mismo. No se requiere la inclusión del acta de asamblea. Si el representante legal es extranjero, al momento de llenar el formulario web de solicitud de inscripción, cargar en formato PDF el documento que acredite la dedicatoria en el país (únicamente para

verificación), debiendo constar en el mismo alternativamente: visa de objeto determinado, permanencia temporal de un año, permanencia temporal de dos años, visa múltiple o permanencia indefinida, acompañando una fotocopia simple de dicho documento firmada por el titular. En su caso, puede también cargar en formato PDF certificación extendida por la Autoridad Migratoria Nacional.

- En caso de ser sociedad regulada por Ley, al momento de llenar el formulario web de solicitud de inscripción, cargar en formato PDF la autorización emitida por el ente regulador.

### **DOCUMENTO EMITIDO**

Matrícula de Comercio, Certificado de Registro de Testimonio de Constitución de Sociedad y Certificado de Registro de Otorgamiento de Poder. (Todos con código de validación QR).

### **PLAZO DE TRÁMITE**

24 horas, tomando en cuenta que el cómputo del plazo del trámite en línea será en días hábiles a partir del pago.

### **COSTO**

S.R.L./Soc. Colectiva y en Comandita Simple: Bs. 455. (Cuatrocientos Cincuenta y Cinco 00/100 bolivianos) publicación en la Gaceta Electrónica del Registro de Comercio: Bs. 192 (Ciento noventa y dos 00/100 bolivianos)

### **SERVICIO DE IMPUESTOS NACIONALES**

El Servicio de Impuestos Nacionales permite la obtención del NIT que es el número de identificación tributaria para poder funcionar legalmente.

### **RÉGIMEN GENERAL**

Requisitos para personas jurídicas (sociedades, cooperativas y otros)

- Escritura de Constitución de Sociedad, Ley, Decreto, Resolución o Contrato, según corresponda Fuente de mandato del Representante Legal (Poder, Acta de Directorio, Estatuto o Contrato) y Documento de Identidad vigente.

- Facturas o pre-facturas de consumo de energía eléctrica que acrediten el número de medidor del domicilio habitual del representante legal, domicilio fiscal y sucursales (si corresponde) donde desarrolla su actividad económica.

### **RÉGIMEN TRIBUTARIO SIMPLIFICADO**

(Para artesanos, comerciantes minoristas y vivanderos): El capital no debe ser mayor a Bs 60.000

- Documento de Identidad. En original y fotocopia
- Original y fotocopia de Facturas o prefecturas de consumo de Energía eléctrica del domicilio donde desarrolla su actividad Económica y del domicilio habitual

El monto que se paga depende de la categoría

Bs 12.001 - Bs 15.000 es Bs 47

Bs 15.001 - Bs 18.700 es Bs 90

Bs 18.701 - Bs 23.500 es Bs 147

Bs 23.501 - Bs 29.500 es Bs 158

Bs 29.501 - Bs 37.000 es Bs 200

Bs 37.001 - Bs 60.000 es Bs 350

### **INSCRIPCIÓN PARA TODOS LOS REGÍMENES**

- Se aproxima al SIN (Servicio Nacional de Impuestos) de su jurisdicción entregando al funcionario los documentos requeridos y el formulario previo llenado (ingresar a la página de impuestos [www.impuestos.gob.bo](http://www.impuestos.gob.bo))
- El funcionario solicita información básica el cual es capturada en el sistema
- Imprime reporte preliminar con la información proporcionada el mismo debe ser revisado (o corregido)
- Firma el formulario. Imprime el reporte definitivo como constancia de la inscripción
- Otorga el NIT verificando el domicilio.

## **GOBIERNO MUNICIPAL**

La licencia de funcionamiento permite la apertura de una actividad económica.

### **REQUISITOS**

- Carta de solicitud de exención de pago de Tasas Departamentales dirigida a la Agencia Tributaria Departamental, indicando el tipo de tasa, verificación y categorización por primera vez, firmada por el propietario o representante legal.
- Fotocopia simple del certificado de Matrícula de comercio o certificado de actualización de matrícula de comercio emitido por el Registro de Comercio-SEPREC.
- Fotocopia simple de la licencia de funcionamiento de la actividad económica de la alcaldía Municipal.
- Fotocopia simple del número de identificación tributaria NIT y certificación electrónica.
- Fotocopia simple del balance de Apertura o balance de gestión.
- Fotocopia simple de cédula de identidad del propietario o apoderado en empresas unipersonales y en las sociedades comerciales del representante legal, debidamente firmada.
- Fotocopia simple del poder del Representante Legal y fotocopia de su constancia de registro en el Registro de Comercio-SEPREC.
- Fotocopia simple de la Escritura de Constitución y sus modificaciones si corresponde y fotocopia de la constancia de inscripción en el Registro de Comercio-SEPREC. (Este requisito es solo para las Sociedades Comerciales)
- Detalle del establecimiento:
  - a) Información de la empresa (croquis de ubicación, teléfonos fijos, teléfono celular, correo electrónico y/o página web).
  - b) Oferta habitacional (capacidad de camas y capacidad de habitaciones).
  - c) Detalles de cada habitación.
  - d) Servicios que ofrecen.

## **CAJA DE SALUD**

### **AFILIACION DE EMPLEADOS**

- Formulario AVC-04 (aviso de afiliación o reingreso del trabajador) llenado, sellado y firmado por el empleador y el trabajador (excluyente la casilla N° 4).
- Formulario AVC-05 (carnet de asegurado sin rellenar).
- Certificado de Nacimiento del trabajador (actual computarizado) emitido por el SERECI.
- Cédula de identidad (adjuntar fotocopia si son varias afiliaciones).

- Papeleta de pago vigente (en caso de reciente ingreso al trabajo debo presentar Memorándum de Designación, Contrato de Trabajo y/o planilla de salarios sellado por Cotizaciones).

- Examen Pre ocupacional o la boleta de depósito de Bs 100.

**Nota.-** Si es reingreso, no es necesario el certificado de nacimiento, si no cambió de empleador y no cuenta con más de un año de cesantía, no es necesario el examen Pre ocupacional.

**AFILIACIÓN DE EMPRESAS PRIVADAS Y JURÍDICAS** (S.R.L., S.A., en Comandita Simple, en Comandita por acciones y Cooperativas Privadas)

- Formulario AVC-01 (vacío) firmado por el Representante Legal y sello de empresa.

- Formulario AVC-02 (vacío).

- Formulario RCI-1A (vacío) - firmado por el Representante Legal y número de cédula de identidad.

- Solicitud dirigida a jefatura de la unidad afiliación Regional o Distrital.

- Presentar fotocopia legalizada de poder notariado del Representante Legal y Cédula de Identidad del Representante legal.

- Fotocopia NIT y (certificado electrónico) o Personería Jurídica para Edificios.

- Para Organizaciones Sindicales presentar Reconocimiento del Ministerio de Trabajo y Personería Jurídica.

- Balance de apertura firmado por el Colegio Departamental de Contadores o Auditores.

- Testimonio de Constitución si la empresa se encuentra en Sociedad (Fotocopia legalizada).

- Para Edificios presentar Personería Jurídica o NIT.

- Planilla de Haberes un original y cinco copias firmadas por los trabajadores en la casilla respectiva.

- Nómina del personal con fecha de nacimiento.

- Croquis de ubicación de la empresa.

- Recibo de Examen pre-ocupacional (100 bs. Por cada trabajador).

- La documentación debe ser presentada en un folder amarillo en la unidad de Afiliación.

**AFILIACIÓN DEL EMPLEADOR PARA APERTURA DE SUCURSAL DE EMPRESAS PRIVADAS**

- Formulario AVC-01 (vacío) firmado por el Representante Legal y sello de la empresa.

- Formulario AVC-02 (vacío).

- Formulario RCI-1A (vacío) firmado por el Representante Legal y número de cédula de identidad.

- Solicitud dirigida a jefatura de la unidad afiliación Regional o Distrital.
  - Presentar poder notariado, fotocopia Cédula de Identidad del representante legal o propietario.
  - Fotocopia NIT y (certificado electrónico).
  - Balance de apertura firmado por el Colegio Departamental de Contadores o Auditores.
  - Testimonio de Constitución si la empresa se encuentra en Sociedad (Fotocopia legalizada).
  - Para Edificios presentar Personería Jurídica o NIT (si corresponde).
  - Planilla de Haberes un original y cinco copias firmadas por los trabajadores en la casilla respectiva.
  - Nómina del personal con fecha de nacimiento.
  - Croquis de ubicación de la empresa.
  - Recibo de Examen pre-ocupacional (100 bs. Por cada trabajador).
  - La documentación debe ser presentada en un folder amarillo en la unidad de Afiliación.
- Nota.** - Adjuntar fotocopia último comprobante de pago y fotocopia de planilla de la empresa principal

### **AFP'S (Gestora Pública)**

#### **REQUISITOS**

- Empresas S.R.L. / S.A. - registro (<https://www.gestora.bo/>)
- Fotocopia del documento de identidad del Representante Legal.
- Fotocopia del Poder del Representante Legal.
- Fotocopia de la Certificación de Inscripción del NIT.
- Fotocopia de Certificación SEPREC (Antes Fundempresa).
- Croquis de la ubicación de la empresa - google map(Opcional).
- Sello de la Empresa.
- Carátula del NIT (la que se exhibe).
- Carta de Habilitación Usuario Operador
- Fotocopia de CI de Usuario Operador
- Poder Notarial o memorándum o resolución.

### **MINISTERIO DE TRABAJO**

#### **ROE**

#### **REQUISITOS**

- Contar con conexión a Internet.

- Tener una cuenta de correo electrónico.
- Contar con NIT, para ingresar a la plataforma debe emplear los datos de NIT, usuario y contraseña otorgados por el Servicio de Impuestos Nacionales. Para el caso de las empresas bolivianas deben contar con Matrícula de Comercio.

**¿Cuáles serán sus principales obligaciones fiscales?**

Las principales obligaciones que tendrá la empresa Catering A Tu Gusto S.R.L serán:

- Impuesto al Valor Agregado (IVA)
- Impuesto a las Transacciones (IT)
- Registro de Compras y Ventas (RCV)
- Impuesto a las Utilidades de las Empresas (IUE)
- Régimen Complementario al Impuesto al Valor Agregado (RC-IVA)

## **8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.**

### **Conclusión**

El servicio de catering se encuentra en una posición privilegiada para capitalizar las diversas oportunidades de crecimiento presentes en el mercado. Al enfocarse en la personalización de servicios, diversificación de la oferta, sostenibilidad, y un marketing digital efectivo, el negocio puede diferenciarse y expandir su alcance. Implementar estas estrategias no solo permitirá capturar nuevas oportunidades de mercado, sino también fortalecerá la posición competitiva y asegurará un crecimiento sostenible a largo plazo, ya que no existen muchas empresas que ofrezcan los servicios a brindar por parte de la empresa de catering; es una gran ventaja ya que el mercado objetivo está dispuesto a contratar los ya mencionados servicios.

### **Recomendaciones**

- Situar la empresa de catering en las calles de Equipetrol ya que el local es propio y bajan los costos en cuanto a arriendos, además de ello es un buen lugar para la comercialización del servicio.
- Capacitar constantemente al personal ya que es una gran herramienta de motivación, lo cual ayudará a que se cumplan las actividades con cabalidad.
- Actuar con rapidez y ofrecer una solución si algo no está bien.
- Crear un ambiente que se alinee con el concepto del restaurante, usando iluminación adecuada, música de fondo apropiada y decoración que refleje la personalidad del establecimiento.
- Ofrecer productos de alta calidad y asegurar que la comida supere las expectativas del cliente.
- Mantener la calidad de los productos ofrecidos constante en cada visita para que los clientes siempre salgan satisfechos.

## 9. BIBLIOGRAFÍA

ALIMENTARIA, S. N. (S.F.). OBTENIDO DE [HTTPS://WWW.SENASAG.GOB.BO/](https://www.senasag.gob.bo/)

EMPRENDE, B. (23 DE ENERO DE 2023). OBTENIDO DE [HTTPS://BOLIVIAEMPRENDE.COM/](https://boliviaemprende.com/)

SEPREC. (S.F.). SEPREC. OBTENIDO DE [HTTPS://WWW.SEPREC.GOB.BO/](https://www.seprec.gob.bo/)

ARMSTRONG, M. (2014). A HANDBOOK OF HUMAN RESOURCE MANAGEMENT PRACTICE. KOGAN PAGE PUBLISHERS.

CRISTHIAN FERNANDO MELO RAZA (2008). UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

JOSUÉ HEFZI BA RIVEROS MAMANI (2018). ESFERALIBROS

DAVIS, K., & NEWSTROM, J. W. (1989). HUMAN BEHAVIOR AT WORK: ORGANIZATIONAL BEHAVIOR. MCGRAW-HILL.

ROBBINS, S. P., & COULTER, M. (2018). MANAGEMENT. PEARSON.

DESSLER, G. 2020. HUMAN RESOURCE MANAGEMENT. 16TH EDITION. NEW JERSEY: PEARSON EDUCATION.

SERVICIO DE IMPUESTOS NACIONALES [HTTPS://WWW.IMPUESTOS.GOB.BO/](https://www.impuestos.gob.bo/)

FUNDEMPRESA <https://connectamericas.com/es/service/fundempresa-operando-el-registro-de-comercio-de-bolivia>

<https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/18923/Josu%C3%A9%20Hefzi%20ba%20Riveros%20Mamani.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

[HTTPS://DSPACE.UCUENCA.EDU.EC/BITSTREAM/123456789/3326/1/TRABAJO%20DE%20TITULACI%C3%B3N.PDF](https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/3326/1/TRABAJO%20DE%20TITULACI%C3%B3N.PDF)

## 10. ANEXOS

### Menús Personalizados



**Lista de precios basado en el costo**

<b>DETALLE</b>	<b>COSTOS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>P.U/COSTO</b>
MINI HAMBURGUESA	201	60	3,35
MINI TACOS	238,8	60	3,98
SANDWICH DE POLLO	195	60	3,25
ALITAS BOUCHET	142,2	60	2,37
MINI PIQUE MACHO	251,4	60	4,19
MINI ARROZ CHAUFA	233,4	60	3,89
MOUSSE DE MARACUYA	150	60	2,50
MOUSSE DE LIMON	144	60	2,40
MOUSSE DE CHOCOLATE	168	60	2,80
MOUSSE DE OREO	171,6	60	2,86

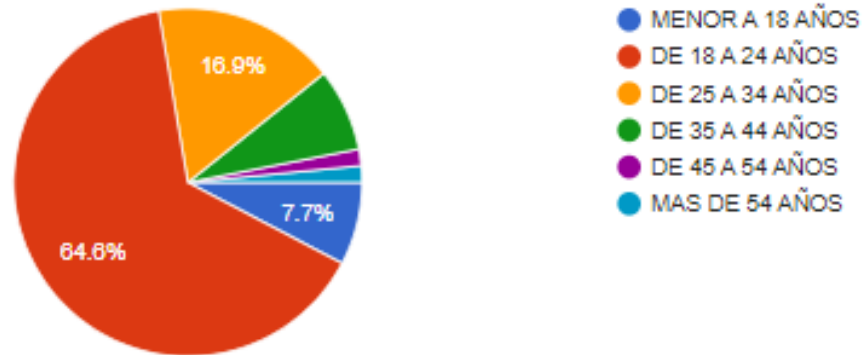
**Equipo y Maquinaria**

<b>EQUIPOS Y MAQUINARIA</b>				
<b>Expresado En Bolivianos</b>				
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Total</b>
Refrigerador De 13 "	1	Unidad.	3.190	3.190
Cocina Industrial	1	Unidad.	1.200	1.200
Horno Industrial	1	Unidad.	1.700	1.700
Freezer Horizontal De 220 Lts	1	Unidad.	3.540	3.540
Mesas De Madera Para Cocina	1	Unidad.	250	250
Mesas Metalicas	2	Unidad.	1.500	3.000
Estantes Metálicos	2	Unidad.	100	200
Licadoras	2	Unidad.	950	1.900
Batidora	2	Unidad.	230	460
Hervidor De Agua	2	Unidad.	220	440
Ollas	4	Unidad.	1.200	4.800
Planchas	1	Unidad.	550	550
Sartenes	2	Unidad.	230	460
Utensilios De Cocina	2	Unidad.	250	500
Fuentes	2	Unidad.	350	700
vehiculo	1		167.040	167.040
<b>TOTAL</b>				<b>189.930</b>

## Encuestas realizadas

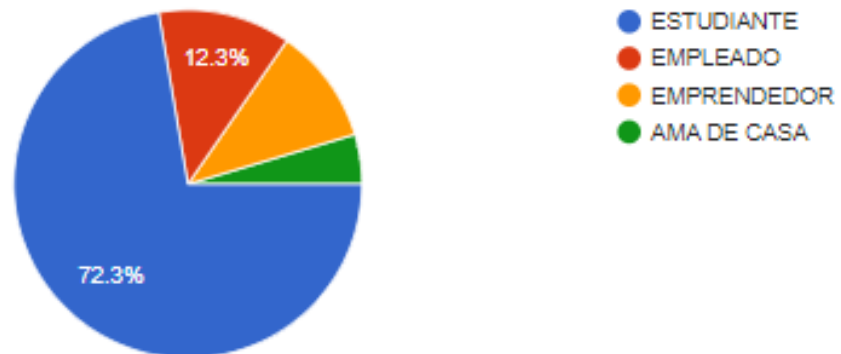
### EDAD

65 respuestas



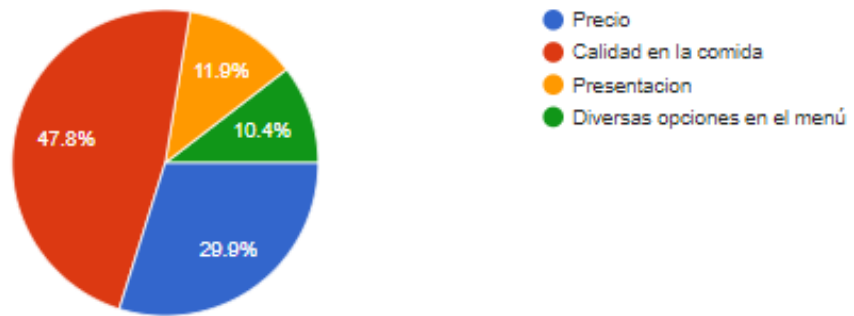
### PRINCIPAL OCUPACIÓN

65 respuestas



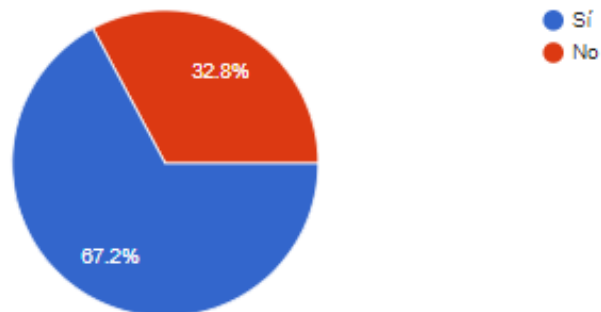
¿Qué factores son más importantes para ti al elegir un servicio de catering?

67 respuestas

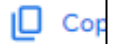


¿Has utilizado servicios de catering en el pasado?

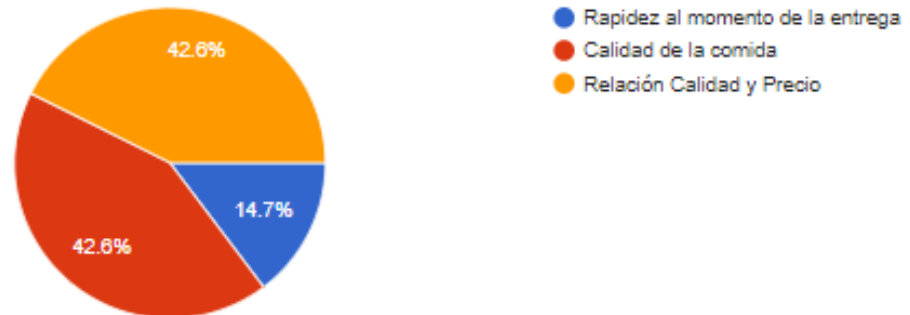
67 respuestas



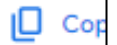
¿Qué aspectos te han gustado más de los servicios de catering que has utilizado anteriormente?



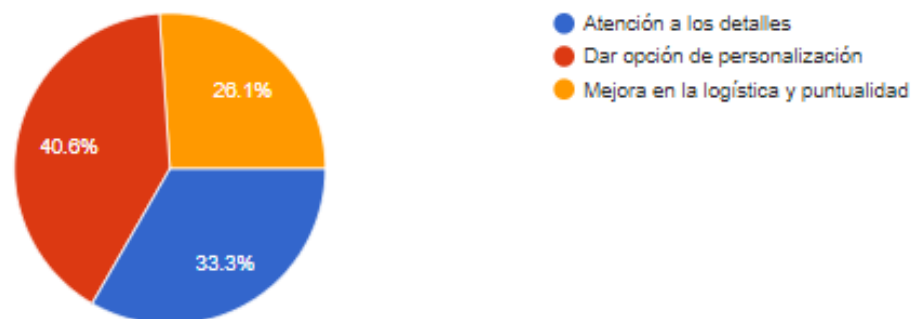
68 respuestas



¿Qué aspectos crees que podrían mejorar?

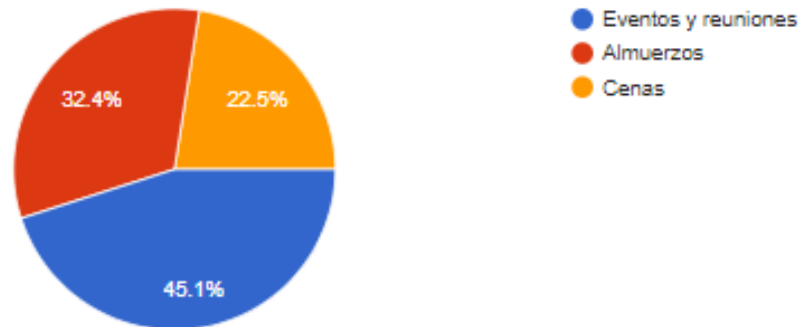


69 respuestas



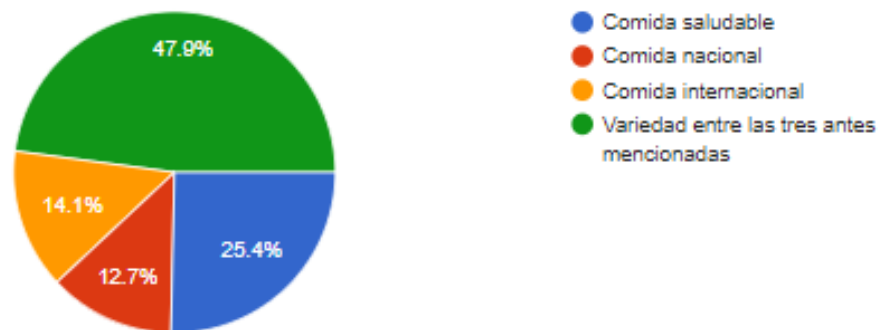
### ¿Qué servicio de catering es el que mas ocupas?

71 respuestas



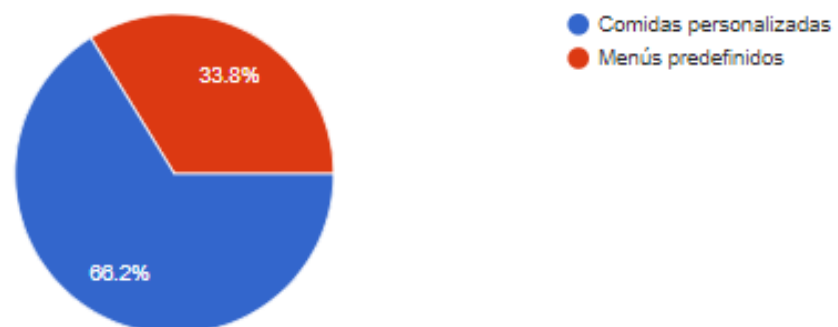
### ¿Qué tipo de alimentos te gustaría ver en un menú de catering?

71 respuestas

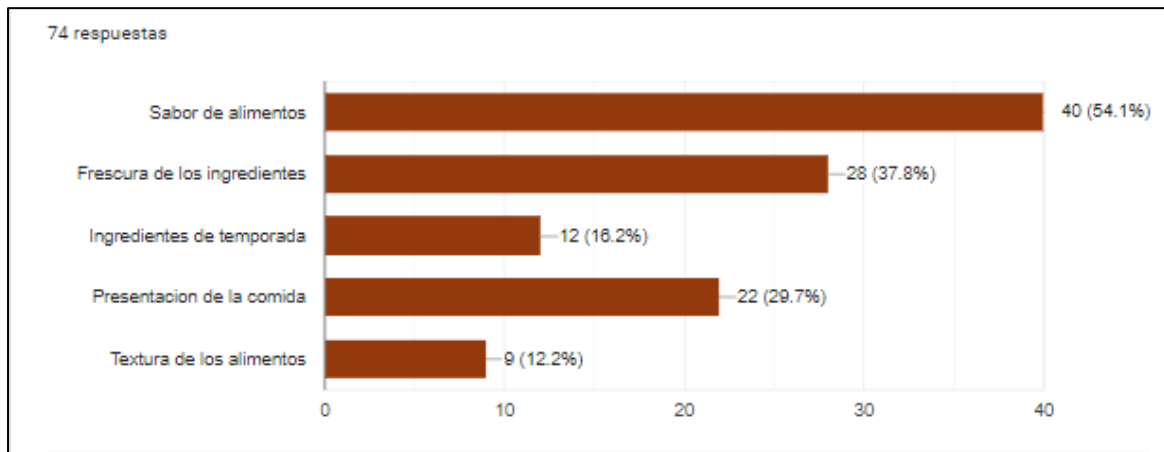


### ¿Que servicios de catering prefieres?

71 respuestas

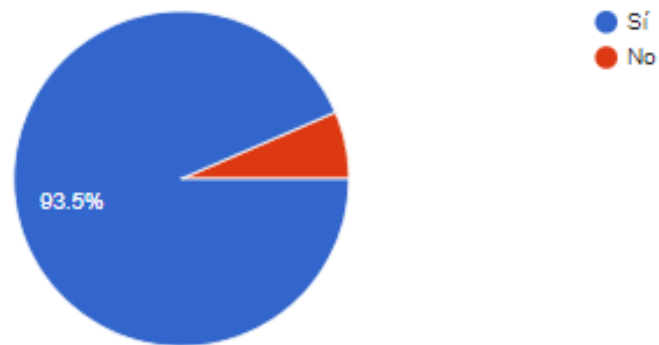


**¿Que aspectos específicos consideras más importante para determinar la calidad del servicio de catering?**



¿Le preocupa la calidad, higiene y seguridad de los productos alimenticios de Bolivia?

77 respuestas



¿A través de qué prefieres realizar pedidos de catering ?

77 respuestas

