

**UNIVERSIDAD MONTEÁVILA
COMITÉ DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
ESPECIALIZACIÓN EN PLANIFICACIÓN, DESARROLLO Y GESTIÓN DE
PROYECTOS**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA EL PLAN DE NEGOCIO DE UNA
MICROEMPRESA “SABORJALU” CON SERVICIO A DOMICILIO, ORIENTADA
A LA VENTA DE ENTREMESES GOURMET PARA FESTEJOS, EN EL
MUNICIPIO CHACAO, CARACAS -VENEZUELA.**

Trabajo Especial de Grado a ser presentado para optar por el Título de Especialista en Planificación, Desarrollo y Gestión De Proyectos, por:

Maricuto Osal, Yacknalys Jose C.I. 19.267.818

Sánchez Guevara, Luz Marina C.I. 18.276.295

Asesorado por:

Guillén Guédez, Ana Julia

Caracas, Febrero 2016

**UNIVERSIDAD MONTEÁVILA
COMITÉ DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
ESPECIALIZACIÓN EN PLANIFICACIÓN, DESARROLLO Y GESTIÓN DE
PROYECTOS**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA EL PLAN DE NEGOCIO DE UNA
MICROEMPRESA “SABORJALU” CON SERVICIO A DOMICILIO, ORIENTADA
A LA VENTA DE ENTREMESES GOURMET PARA FESTEJOS, EN EL
MUNICIPIO CHACAO, CARACAS-VENEZUELA.**

Trabajo Especial de Grado a ser presentado para optar por el Título de Especialista
en Planificación, Desarrollo y Gestión De Proyectos, por:

Maricuto Osal, Yacknalys Jose C.I. 19.267.818

Sánchez Guevara, Luz Marina C.I. 18.276.295

Asesorado por:

Guillén Guédez, Ana Julia

Caracas, Febrero 2016

Señores:

Universidad MonteÁvila
Comité de Estudios de Postgrado
Especialización en Planificación, Desarrollo y Gestión de Proyectos

Atención: Profesor Jorge Luis Velazco Osteicoechea

Referencia: **Aprobación de Asesoría**

Por medio de la presente le informo que he revisado el borrador final del Trabajo Especial de Grado de las Ciudadanas Maricuto Osal, Yacknalys José titular de la Cédula de Identidad V-19.267.818 y Sánchez Guevara, Luz Marina titular de la Cédula de Identidad V-18.276.295; cuyo título tentativo es: Estudio de Factibilidad para el Plan de Negocio de una microempresa “SABORJALU” con servicio a domicilio, orientada a la venta de entremeses Gourmet para festejos, en el Municipio Chacao, Caracas – Venezuela, la cual cumple con los requisitos vigentes de esta casa de estudio para asignarles jurado y su respectiva presentación.

A los 19 días del mes de febrero del 2016

Ana Julia Guillén Guédez

DEDICATORIA

A Dios todo poderoso y a la Virgen por iluminarme guiarme y protegerme cada día de mi vida, también por demostrarme que todo y cada obstáculo, con fe, perseverancia y constancia se puede lograr y superar.

A mi madre a la cual amo con todo mí ser y es lo mejor que dios me pudo dar, por ser madre amiga hermana y estar en toda mi formación como una persona de bien y como profesional de éxito, por siempre estar presente en cada paso e inculcarme los mejores valores, y pensar en todo lo que es mejor para mí y nunca desampararme ya que es mi sostén y apoyo, por enseñarme que pensando en grande y que no rindiéndose nunca y haciendo las cosas de la mejor manera y con amor se alcanza el éxito en esta vida.

A mis abuelos, por ser lo más grande que tengo y que la vida me regalo, por darme su guía incondicional, aportando grandes enseñanzas llenas de sabiduría, cariño, amor y por preocuparse por mí, aconsejándome y siempre apoyándome todas en mis decisiones y metas trazadas.

A toda mi familia, papa, hermanos y tío por estar presentes en cada ámbito de mi vida, cuidándome y dándome su apoyo y ayuda incondicional de forma única y especial.

A mi amiga y colega Luz Marina Sánchez por ser pieza primordial de este nuevo logro, por su paciencia en todo este recorrido, y sobre todo por su compañerismo incondicional.

A Mi Novio Ángel Gutiérrez, por formar parte importante de esta nueva meta alcanzada y estar presente a lo largo de mi formación como especialista en proyectos dándome ánimos, ayuda, apoyo, paciencia, comprensión, compañía, consejos, conocimientos y parte de su tiempo de forma desinteresada y nunca siendo una piedra de tranca.

Yacknalys Maricuto

DEDICATORIA

Principalmente quiero dedicar mi Trabajo Especial de Grado a Dios y a la virgen por siempre guiarme al camino adecuado tanto en mis estudios como en mi vida personal.

A mi abuela Maria Angélica Sulbaran por ser la luz de mi vida y la mayor motivación para alcanzar mis metas.

A mis padres por apoyarme en este largo camino llamado vida y en cada decisión tomada en ella.

A mi amiga y colega Yacknalys Maricuto por incentivar me a realizar esta especialización, por su amistad, complicidad y entendimiento a lo largo de este reto.

A mi novio Freddy Guzmán por ser tan incondicional, por su especial cariño y por comprender todo el proceso que conllevo esta especialización.

A todos, infinitas GRACIAS!

Sánchez Luz Marina.

AGRADECIMIENTOS

A nuestra segunda casa de estudios la Universidad MonteÁvila, a nuestros profesores presentes y a los que ya no están con nosotros por dedicar su vida en inculcar valores y aportando grandes enseñanzas para formar profesionales de éxito.

A todo el personal administrativo de la Universidad MonteÁvila que sin darse cuenta aportaron un granito de arena en la culminación de nuestra formación como especialistas, prestando sus servicios de manera eficiente.

A nuestra tutora Ana Julia Guillén por brindarnos su tiempo, ayuda y asesoramiento impartiéndonos sus conocimientos.

**UNIVERSIDAD MONTEÁVILA
COMITÉ DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
ESPECIALIZACIÓN EN PLANIFICACIÓN, DESARROLLO Y GESTIÓN DE PROYECTOS**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA EL PLAN DE NEGOCIO DE UNA MICROEMPRESA
“SABORJALU” CON SERVICIO A DOMICILIO, ORIENTADA A LA VENTA DE ENTREMESSES
GOURMET PARA FESTEJOS, EN EL MUNICIPIO CHACAO, CARACAS -VENEZUELA.**

Autores: Yacknalys Jose Maricuto Osal
Luz Marina Sánchez Guevara

Asesor: Ana Julia Guillén Guédez

Año: 2016

RESUMEN

Actualmente, los países que se encuentran en vías de desarrollo, enfocan sus avances económicos principalmente en el sector productivo de la pequeña y mediana industria, dando la oportunidad de empleo a un capital humano eficiente, representando así una fuente considerable de empleo y por tanto proveyendo crecimiento económico. Como consecuencia de la crisis económica que existe actualmente, se ha visto incrementada la inversión en el comercio informal, o negociaciones paralelas al oficio desempeñado por los profesionales. Por tal motivo se origina la necesidad de desarrollar un plan de negocio. La presente investigación tuvo como objetivo evaluar la factibilidad y desarrollar el plan de negocio de una microempresa “SaborJalu” con servicio a domicilio, orientada a la venta de entremeses gourmet para festejos, en el Municipio Chacao, Caracas-Venezuela. Los objetivos específicos planteados permitieron analizar el mercado y conocer la factibilidad y operatividad de la microempresa desde una óptica económica-financiera. El estudio se caracterizó por ser una investigación evaluativa, basado en un estudio de campo. Siendo la encuesta el instrumento de medición utilizado para la recolección de los datos requeridos, esto como sustento del resultado obtenido. Utilizando una muestra estratificada intencional de 66 personas ubicadas en el Municipio Chacao, dichos resultados fueron fundamentados en el estudio de mercado realizado en una población limitada (71,411 Habitantes) Para ellos se ejecutó un *focus group* que permitió identificar las tendencias de los consumidores. Posteriormente se realizó un estudio técnico, para determinar la ubicación y tamaño del proyecto. Y como punto final, se realizó una evaluación económica-financiera para determinar la rentabilidad del proyecto y finalmente aceptar o rechazar el mismo. Los resultados permitieron evidenciar la factibilidad del plan de negocio para la creación de esta empresa, debido a los márgenes de ganancia y retorno de capital de la misma.

Línea de trabajo: Generación y Factibilidad de proyectos

Palabras clave: Investigación, Factibilidad, Plan de Negocio, Rentabilidad, Proyecto.

Clasificación UNESCO: Ciencias Económicas (53) (5302) Gestión Financiera

LISTA DE ACRONIMOS Y SIGLAS

UEN: Unidad Estratégica de Negocio.

LOTTT: Ley Orgánica del Trabajo, los Trabajadores y Trabajadoras.

UT: Unidad Tributaria.

CI: Cedula de Identidad.

RIF: Registro Único de Información Fiscal.

UPEL: Universidad Pedagógica Experimental Libertador.

HCM: Hospitalización, Cirugía y Maternidad.

IVSS: Instituto Venezolano De Los Seguros Sociales.

INCES: Instituto Nacional de Capacitación y Educación Socialista.

BANAVIH: Banco Nacional de Vivienda y Habidad.

FODA: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

SAPI: Servicio Autónomo de Propiedad Intelectual.

SUR: Sistema Único de Registro.

EDT: Estructura Desagregada de Trabajo.

INDICE GENERAL

	Pág.
INDICE DE FIGURAS.....	xiii
INDICE DE TABLAS.....	xiv
INTRODUCCION.....	1
CAPITULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACION.....	3
Planteamiento del problema.....	3
Formulación del problema.....	6
Interrogante principal.....	6
Interrogantes Secundarias.....	6
Objetivos de la investigación.....	6
Objetivos específicos.....	6
Justificación de la investigación.....	7
Alcance.....	8
Limitaciones.....	9
CAPITULO II. MARCO TEORICO.....	10
Antecedentes de la investigación.....	10
Bases teóricas.....	13
Proyecto.....	13
Evaluación de proyectos.....	13
Mercado.....	14
Estudio de mercado.....	15
Estudio técnico.....	16
Proyecto de investigación.....	22
Plan de negocios.....	22
Factibilidad.....	23
Estudio del producto o servicio.....	23
Estudio de la demanda.....	24
Estimación de la demanda.....	24
Estudio de la oferta.....	24
Precio.....	25
Disponibilidad de Insumos.....	25
Tecnología utilizada.....	26

Control de calidad.....	27
Estudio Económico-Financiero.....	27
Presupuesto de inversión y su financiamiento.....	27
Inversiones en activo fijo.....	28
Inversiones en activo circulante (Capital de trabajo).....	29
Financiamiento.....	30
Capital de trabajo.....	30
Depreciación y amortización.....	31
Flujo de caja.....	31
Estado de resultados.....	32
Modelo de Negocio.....	32
Inversión.....	33
Aprovisionamiento local.....	33
Sostenibilidad ambiental.....	33
Cocina de fusión.....	34
Mini Gourmet.....	34
Dietas especiales.....	34
Restauración gastronómica.....	35
Alimentación.....	35
Nutrición.....	35
Gourmet.....	35
Repostería.....	36
Bases Legales.....	36
CAPITULO III. MARCO METODOLOGICO.....	39
Tipo de investigación.....	39
Diseño de la investigación.....	40
Población de estudio.....	41
Muestra de estudio.....	41
Validación y confiabilidad del instrumento.....	41
Sistema de variables.....	42
Variables y operacionalización.....	43
Estudio de Mercado.....	44
Estudio Técnico.....	44
Estudio Financiero.....	44
Plan de Negocio.....	45
Unidad de Análisis.....	45
Técnica e Instrumentos de recolección de datos.....	45

Codificación y Tabulación de los Resultados.....	46
Análisis e Interpretación de los Resultados.....	46
CAPITULO IV. MARCO REREFENCIAL.....	47
“SaborJalu” en el Municipio Chacao.....	47
Distribución.....	50
Historia.....	50
Economía.....	51
Población.....	51
Transporte.....	51
Gobierno.....	52
Clima.....	52
Comidas típicas.....	53
CAPITULO V. ESTUDIO DE MERCADO.....	54
Definición del producto.....	54
Análisis de precios de los productos.....	54
Resultados del Estudio de Mercado.....	57
Análisis de la Demanda.....	61
Análisis Global de la Empresa.....	63
Perfil FocusGroup.....	64
CAPITULO VI. ESTUDIO TECNICO.....	66
Receta Minicupcake de Vainilla.....	67
Receta Minishots Pie de Limón.....	69
Receta Oreo Pops.....	70
Receta Salchitocinetas con papelón.....	72
Receta Miniensalada Capresa.....	73
Proceso general.....	75
Descripción de la localización.....	76
Infraestructura de servicio.....	81
Marco Legal.....	81
Mobiliarios y equipos.....	82
Materia prima.....	85
Organigrama de la empresa “SaborJalu”.....	87
Descripción de cargos.....	87
Jornada laboral.....	89

CAPITULO VII. ESTUDIO ECONOMICO-FINANCIERO.....	90
Inversión Inicial.....	91
Capital de trabajo.....	95
Aporte inicial de caja.....	96
Estimación de producción y venta.....	97
Estimación de Costos.....	98
Costos variables.....	98
Costos fijos.....	100
Depreciación.....	100
Observaciones.....	101
CAPITULO VIII. ANALISIS DE RESULTADOS.....	103
Análisis FODA.....	103
Estrategias FODA.....	104
Misión.....	105
Visión.....	105
Código de ética.....	105
Código de ética PMI.....	106
Código de Ética para Farmacéuticos.....	107
CAPITULO IX. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	109
Conclusiones.....	109
Recomendaciones.....	111
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	112
Libros.....	112
Leyes y reglamentos.....	114
Fuentes electrónicas.....	114
ANEXOS.....	117

INDICE DE FIGURAS

	Pág.
Figura N° 1. Delimitación geográfica del Municipio Chacao.....	48
Figura N° 2. Mapa del Municipio Chacao.....	49
Figura N° 3.CANVAS (Entremeses Gourmet “SABORJALU”).....	60
Figura N° 4. Minicupcake de Vainilla.....	68
Figura N° 5. Minishots Pie de Limón.....	69
Figura N° 6. Oreo Pops decoradas.....	71
Figura N° 7. Salchitocinetas con papelón.....	72
Figura N° 8. Miniensalada Capresa.....	73
Figura N° 9. Ubicación geográfica del establecimiento seleccionado.....	77
Figura N° 10. Organigrama de la empresa.....	87

INDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla N° 1. Operacionalización de las variables.....	43
Tabla N° 2. Ficha técnica del Municipio Chacao.....	49
Tabla N° 3. Precios Unitarios de Entremeses Dulces Horneados.....	55
Tabla N° 4. Precios Unitarios de Entremeses Dulces Fríos.....	55
Tabla N° 5. Precios Unitarios de Dulces Variados.....	56
Tabla N° 6. Precios Unitarios de Entremeses Salados Calientes.....	56
Tabla N° 7. Precios Unitarios de Entremeses Salados Fríos.....	57
Tabla N° 8. Formato de las 5 fuerzas de Porter.....	58
Tabla N° 9. Análisis de resultados de las 5 fuerzas de Porter.....	63
Tabla N° 10. Estimados de producción para entremeses dulces horneados.....	67
Tabla N° 11. Estimados de producción para entremeses dulces fríos.....	68
Tabla N° 12. Estimados de producción para dulces varios.....	70
Tabla N° 13. Estimados de producción para entremeses salados calientes.....	71
Tabla N° 14. Estimados de producción para entremeses salados fríos.....	73
Tabla N° 15. Flujograma de la cadena de valor.....	75
Tabla N° 16. Matriz de puntos de ubicación de locales “en venta” en el Municipio Chacao, Caracas.....	79
Tabla N° 17. Matriz de evaluación y selección del personal.....	80
Tabla N° 18. Mobiliarios y equipos de la empresa.....	82
Tabla N° 19. Resumen de precios.....	85
Tabla N° 20. Procura de Materia Prima.....	86
Tabla N° 21. Jornada laboral.....	89
Tabla N° 22. Inversión inicial.....	92
Tabla N° 23. Inversión Inicial Activos Propiedad Planta y Equipo.....	93
Tabla N° 24. Inversión de Materia Prima.....	94
Tabla N° 25. Capital de Trabajo.....	95
Tabla N° 26. Tabla Inversión Inicial Servicios básicos.....	96
Tabla N° 27. Beneficios sociales del Trabajador.....	96
Tabla N° 28. Mano de obra.....	97
Tabla N° 29. Estimado Producción anual.....	97
Tabla N° 30. Estimados ingresos anuales.....	98
Tabla N° 31. Costos variables.....	99
Tabla N° 32. Costos fijos.....	100

Tabla N° 33. Calculo de depreciación.....	101
Tabla N° 34. Estado de resultados.....	101
Tabla N° 35. Matriz FODA.....	104
Tabla N° 36. Estrategias FODA.....	104
Tabla N° 37. Matriz CAME.....	105

INTRODUCCIÓN

El mundo gastronómico en Venezuela se ha visto impactado de manera positiva por la tendencia gourmet, siendo un concepto que hace hincapié en productos limpios, elegantes, delicados, de sabores destacados, de alta calidad y fresca, generando así grandes expectativas dentro de los comensales al momento de degustar algún entremés gourmet.

Por tal motivo surge la necesidad de estudiar este nicho de mercado, evaluando así la demanda creciente que existe en la población venezolana ante los nuevos estilos de cocina, como consecuencia se realizó una investigación para diseñar un plan de negocio que facilite la implantación de una microempresa orientada a la venta de entremeses gourmet con servicio a domicilio en el Municipio Chacao.

La información contenida en este Trabajo Especial de Grado se encuentra estructurada en IX Capítulos, descritos brevemente de la siguiente manera:

- Capítulo I: Se expone el Planteamiento del problema, los objetivos generales y específico de la investigación, justificación, alcance y limitaciones
- Capítulo II: Se expone el marco teórico de la investigación, definiendo distintos conceptos técnicos y operativos relacionados con el trabajo de investigación y las bases legales en las cuales se fundamentó el proyecto
- Capítulo III: Se expone el marco metodológico, especificando el tipo y diseño de la investigación, así como también el sistema de variables para cada objetivo específico.
- Capítulo IV: Se detalla el marco referencial describiendo las características de la localidad donde se va a desarrollar la investigación.
- Capítulo V: Se expone el estudio de mercado definiendo el comportamiento del producto en el mercado mediante las técnicas e instrumentos aplicados.

- Capítulo VI: Describe el estudio técnico detallando la cadena de valor, características de infraestructura y la estructura organizacional de la empresa.
- Capítulo VII: Se desarrolla el estudio financiero mediante estados financieros y estructura de costos.
- Capítulo VIII: En el análisis de resultados se evalúan las decisiones tomadas según el análisis técnico-operacional, el estudio económico-financiero y la evaluación del mercado.
- Capítulo IX: Se presentan las conclusiones y recomendaciones de la investigación.
- Referencias bibliográficas: mencionan a todos los autores seleccionados como base de conocimiento para esta investigación.

CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Todo negocio se ve obligado a realizar cambios y mejoras por la cambiante oferta del mercado, que abarca desde el incremento de la competencia dentro del mercado y por la exigencia de ofrecer nuevos servicios. Por lo tanto, una microempresa obtiene o gana fidelidad con el consumidor a través de ofertas tentadoras, que deben incluir los cuatro pilares fundamentales como lo son la Atención, Interés, Deseo y Acción, que resume en llamarle la atención, crear el interés, desarrollar el deseo, para que el consumidor llegue a la acción, y esto se logra con un mejor conocimiento del producto que se va ofrecer y particularmente con un mejor servicio y atención para el cliente.

Por ello una de las cosas más importante en la actualidad es la prestación de un buen servicio y eso se transforma en un valor agregado al producto que se estará ofreciendo.

Tal es el caso de Chacao en el Estado Miranda, que hoy en día es en uno de los municipios más concurridos del distrito capital y es ideal para pasar un tiempo de calidad y diferente, donde se puede encontrar variedad de comidas, postres, helados, entre otros.

El Municipio El Chacao, posee numerosos atractivos como museos, teatros, centros comerciales, centros culturales, los cuales cuentan con una avanzada tecnología, este municipio es reconocido por ser sumamente urbanizado, ordenados y también por ser visitado por distintitos tipos de personas con distintas culturas y creencias lo cual reúne a una población muy variada.

Otra de las características de este, es que es uno de los municipios más acaudalados del país, en él se encuentran las principales sedes bancarias de instituciones extranjeras y nacionales, hoteles muy reconocidos, principales sedes

de ministerios e instituciones gubernamentales importantes, edificaciones y urbanizaciones valoradas en un alto costo como otras cosas que le agregan valor a este municipio, y debido a esto predomina el sector de prestación de servicios. Chacao es junto con Baruta y Los Salias uno de los municipios más ricos de Venezuela con un índice de pobreza de apenas el 8,69% según el censo del 2001.

Según, página oficial del municipio "www.chacao.gov.ve" (2013) Y página oficial del mercado municipal de Chacao "www.mercadomunicipaldechacao.com.ve" (2013). En cuanto a la cultura tradicionales del municipio y celebrando como en todo el país; la Celebración de la Cruz de Mayo, El Día de los Difuntos, Día de Reyes entre otros, se muestran los platos típicos unos oriundos y otros no tan así en dichas celebraciones. Se destacan platos como: Sancocho, almojábanas, mantecadas, arepas, morcón, morcillas, olleta, hallacas, bollos de corazón de frijol, bollos pelones, pepitoria, queso mantequilloso, cuajada, mojicón, mogolla, mandocas, pasteles de yuca y de harina, mondongo, ajiaco, kurrungo de maíz, tajadas de plátano frito, tostones, caldo con huevo, sopa de arveja verde o amarilla, chicharrones, arepa de maíz pilado, chorizos, chinchurrias, kurrungo mazamorra de trigo, hervido de res, bollos de maíz tierno. Además de los ya detallados no falta nunca en la mesa los bollos, que pueden ser de harina precocida o de harina de maíz amarillo con pedazos de chicharrón y carne de res. Por las épocas de julio-agosto se preparan las apetitosas cachapas de maíz tierno, para comer con queso y mantequilla. Otro de los alimentos preferidos, lo conforman las caraotas negras con arroz y carne desmechada, huevo frito y tajadas de plátano maduro Pabellón. La carne frita de res o de cochino es otra de las delicias, el plátano maduro horneado con queso o sancochado. Es de apetitoso gusto la popular pizca andina, preparada con papa, huevos y cilantro; Es popular además el uso del picante y los adobos y la guasacaca para acompañar a la carne asada con yuca, los pasteles y las apetitosas sopas.

Conjuntamente, con el factor de las tendencias gastronómicas a nivel nacional y mundial, en el municipio no existen suficientes microempresas con servicio a

domicilio que ofrezcan un producto gourmet con fusiones de gastronomía nacional e internacional para distintos festejos y que cubra con las demandas de calidad para toda clase de clientes.

Es pertinente tomar en cuenta que la escasez de la materia prima para la elaboración de este tipo de alimentos puede formar parte de las razones por las cuales la comercialización de dichos productos es limitada. A diferencia de otros países donde es posible que el consumidor adquiera este tipo de servicios en cualquier otra empresa que ofrezca un servicio similar, ya que en Venezuela debido a la situación país actual (Año 2016), es complicada la adquisición de los materiales e ingredientes para la elaboración de las entremeses. Dentro de este contexto, corresponde ubicar este proyecto con la que se busca aportar un servicio diferente y de calidad, generando soluciones que permitan la satisfacción de las necesidades del cliente.

A través de la realización de este estudio de factibilidad será posible conocer los requerimientos que este supone, tales como: un estudio de mercadeo con la finalidad de conocer la demanda de los productos y su rentabilidad. De la misma forma, con el estudio financiero será posible ubicar los costos, precios y el volumen de producción para una microempresa con las características descritas anteriormente. En este sentido un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa orientada a la venta de entremeses gourmet, resulta significativo en la medida en que se pretende aportar diversidad al mercado gourmet en un sector de la ciudad como el municipio Chacao.

De igual forma, esta investigación constituye una herramienta informativa y un antecedente, que puede estimular la realización de investigaciones posteriores, que giren en torno a la creación de empresas que ofrezcan servicios con productos de calidad para clientes exigentes. A los efectos académicos, este estudio se presenta como una oportunidad para reflejar los conocimientos adquiridos durante la formación profesional.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

INTERROGANTE PRINCIPAL

¿Cuál sería la factibilidad de la creación de una microempresa “SABORJALU” con servicio a domicilio, orientada a la venta de entremeses gourmet para festejos, en el municipio Chacao, Caracas – Venezuela?

INTERROGANTES SECUNDARIAS

¿Cuál será la factibilidad, a través de un estudio de mercado, para la creación de una microempresa “SABORJALU” con servicio a domicilio, orientada a la venta de entremeses gourmet para festejos, en el municipio Chacao, Caracas –Venezuela?.

¿Cómo debería ser la estructura técnica- organizacional para que sea factible la creación de una microempresa “SABORJALU” con servicio a domicilio, orientada a la venta de entremeses gourmet para festejos, en el municipio Chacao, Caracas – Venezuela?.

¿En qué consistiría un plan de negocios para determinar la factibilidad de crear una microempresa “SABORJALU” con servicio a domicilio, orientada a la venta de entremeses gourmet para festejos, en el municipio Chacao, Caracas –Venezuela?.

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Desarrollar el plan de negocio de una microempresa “SABORJALU” con servicio a domicilio, orientada a la venta de entremeses gourmet para festejos, en el Municipio Chacao, Caracas -Venezuela.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar mercado potencial de la unidad estratégica de negocio
- Elaborar estudio técnico de la UEN.
- Formular plan de negocio de la UEN.

Al finalizar esta investigación se determinará la factibilidad del plan de negocio de la microempresa “SABORJALU” basado en los resultados obtenidos según el cumplimiento de cada objetivo planteado.

JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

La creación de empresas es un hecho importante que permite generar empleos y riquezas en la economía. Más allá de la creación en sí misma persiste una problemática compleja: la de asegurar su supervivencia por largo tiempo, pues al hacer una inversión se debe garantizar la recuperación de la misma en un tiempo determinado, asociado a la generación de ganancias. La determinación de la factibilidad económica, es un instrumento clave y fundamental para establecer un negocio de cualquier naturaleza, que define el éxito de los empresarios. Son una serie de actividades y estudios relacionados entre sí para el comienzo o desarrollo de una empresa o proyecto, con un sistema tendiente a alcanzar metas determinadas, pues, define las etapas de desarrollo de un proyecto de empresa y es una guía que facilita la creación o el crecimiento de la misma.

Este emprendimiento se basa en que la industria de servicios de restauración es un reflejo de los cambios que sufre la sociedad en la que operan. Y una de las sociedades con más cambios ha sido la venezolana, por ello que mejor motivación para llevar a cabo este emprendimiento el cual deberá englobar y suplir las necesidades del mercado como las necesidades de una clientela exigente y con gusto cambiantes.

Tovar (2012), La transculturización en Venezuela es una mezcla de tres culturas distintas, la indígena, la africana y la española. En este sentido la gastronomía se fue convirtiendo en un factor clave de la transculturización de Venezuela, hasta el desarrollo tecnológico culinario que ha traído un cambio de cultura radical en Venezuela y sus platos “criollos”.

Lovera (1988), explica: La gastronomía venezolana se ve influenciada por estas corrientes culturales, que se producen a través del mestizaje y la adaptación de nuevos patrones alimentarios. Actualmente se conservan muchas de las preparaciones que nos ha dejado la historia culinaria del país, sin embargo hemos cambiado con el tiempo, los ingredientes, las personas y las regiones no son iguales.

Con este Trabajo Especial de Grado, se tratara de definir de manera escrita qué se quiere con la empresa, qué recursos se necesitan, cómo implementarlos, y a dónde se quiere llegar con la misma, y la realización de este plan cumple con dos fines determinados, primero la obtención de recursos financieros y segundo definir los aspectos operativos para la puesta en marcha de la empresa en cuestión.

Según Armando Scannone (2013) en la entrevista realizada por Esperanza Márquez puntualiza que “El secreto de la cocina caraqueña es la armonía de sabores en sus platos”.

ALCANCE

El siguiente estudio de factibilidad se realizó en el sector del Municipio Chacao Estado Miranda – Venezuela.

Esta investigación abarco solo el análisis de factibilidad económica y financiera para la realización de la microempresa “SABORJALU” en el Municipio Chacao.

De igual forma la creación de la micro empresa con un equipo competente y capaz de realizar este proyecto con éxito y ofreciéndole un producto de calidad y un servicio eficaz.

Y ofrecer un menú variado con estilo gourmet para las distintas exigencia de los clientes según sus gustos y preferencias.

Entre los conceptos que avalaron el presente estudio se pueden resaltar: Formulación de proyectos, Factibilidad, investigación de mercado, oferta y demanda, entre otros conceptos relacionados con estudios de mercado, estudio técnico y plan de negocio, los cuales fueron de gran ayuda para el desarrollo de esta investigación.

LIMITACIONES

Según Arias (2006) las limitaciones se definen como los obstáculos e inconvenientes que vislumbra el investigador cuando proyecta la investigación.

Para esta investigación una de las limitaciones más importante fue el tiempo disponible para la ejecución, desarrollo y cumplimiento de los objetivos propuestos debido a que este fue limitado por las diferentes ocupaciones y obligaciones laborales y personales por parte de los investigadores.

Otra de las limitaciones presente en la investigación fue los costos muy variables de materia prima, insumos, materiales y los devengados para la realización de los estudios.

CAPITULO II. MARCO TEORICO

ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACION

Hernández (2015). Diseño de un Plan de Negocios Para La Instalación de Una Fábrica Artesanal de Jugos Verdes en La Ciudad de Caracas. Trabajo Especial de Grado para Optar al Título de Especialista en Gerencia de Proyectos en el Área de Ciencias Administrativas y de Gestión Postgrado en Gerencia de Proyectos de la Universidad Católica Andrés Bello. La presente investigación tuvo como objetivo general el diseño de un plan de negocios para instalar una fábrica artesanal de jugos verdes en la ciudad de Caracas. Los objetivos específicos estuvieron enfocados en describir el mercado potencial, elaborar el estudio técnico, evaluar el plan económico-financiero y elaborar el plan de negocios de la propuesta. La metodología de esta investigación estuvo enfocada en un tipo de investigación aplicada con modalidad evaluativa, la cual valoró los resultados de la propuesta y un diseño de investigación no experimental de tipo transeccional por ser un evento único en el tiempo. Las técnicas para la recolección de la información fueron la encuesta, entrevistas, focusgroup y el juicio de expertos, en donde se tomó una muestra estratificada especializada en el tema del emprendimiento, así como los potenciales clientes y futuros compradores. En referencia al estudio técnico, se evaluaron varios procesos y mecanismos de elaboración del producto así como las diversas formas de llegar al cliente final en cuanto a la distribución del producto. Para la evaluación económica-financiera, se analizaron diferentes alternativas para el desarrollo del proyecto, por lo cual se procedió a elaborar el plan de negocios del emprendimiento enmarcado dentro de esta investigación. **Palabras claves:** Plan de Negocios, Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Económico, artesanal, verde. **Líneas de Trabajo:** Formulación y Evaluación de Proyectos.

Castro, Gómez, Schmidt (2015). Pre-Factibilidad Para la Creación de Una Empresa Delivery Virtual de Almuerzos Gourmet en El Municipio Sucre, Caracas. Trabajo especial de grado Para Optar al Título de Especialista En Planificación,

Desarrollo y Gestión de Proyectos en el Área de Ciencias Administrativas y de Especialización en Planificación, Desarrollo y Gestión de Proyectos de la Universidad Monte Ávila. En la actualidad y desde hace algunas décadas, el ritmo de vida acelerado que lleva el hombre de las grandes metrópolis, ha favorecido la implementación de estrategias de mercadeo basadas en brindar soluciones alimenticias a empleados con horarios exigentes y una población en cuyo estilo de vida moderno, se impone la rapidez del día a día, caracterizada por tener poca disponibilidad de tiempo para cocinar, padecer largas jornadas de trabajo, cambios en los patrones de consumo alimenticio y presentaciones poco atractivas. Frente a esta problemática la propuesta se basó en ofrecer una alternativa de servicio de comida saludable y nutritiva; frente a la obtención tradicional de comida rápida. Caracterizada por su sencillez en cuanto a la solicitud del servicio, de presentación glamorosa y que en contraste con lo que ofrece el mercado, brinde el servicio de despacho a domicilio, cuya compra sea mediante el uso de medios electrónicos. Para ello, el presente Trabajo Especial de Grado tuvo como objeto conocer la prefactibilidad para la creación de una empresa delivery virtual de almuerzos gourmet en el Municipio Sucre, Caracas. La cual se basó en el planteamiento de tres objetivos específicos que guiaron las acciones a seguir y permitieron analizar desde el punto de vista de mercado tanto la demanda como las formas de comercialización, determinar el aspecto técnico-operacional a fin de definir la infraestructura, localización y operatividad interna, y realizar un análisis financiero que permita identificar los recursos monetarios y humanos que requiere el proyecto para su creación. Dando como resultado en un escenario probable una rentabilidad superior a la tasa inflacionaria estimada, por lo que vale la pena profundizar en un estudio de factibilidad, a fin de conocer más la viabilidad del proyecto y decidir si económicamente se puede emprender un proyecto de esta naturaleza o descartar el mismo. **Palabras Claves:** Gourmet, Delivery, Virtual, Pre-Factibilidad, Deleite. **Líneas de Trabajo:** Formulación y Evaluación de Proyectos.

Delgado (2010). Estudio de Factibilidad Para la Creación de Una Repostería que Permita Satisfacer Necesidades Dietéticas Especiales En La Ciudad De Guatire Del

Municipio Zamora. Trabajo Especial de Grado para Optar al Título de Especialista en Gerencia de Proyectos en el Área de Ciencias Administrativas y de Gestión Postgrado en Gerencia de Proyectos de la Universidad Católica Andrés Bello. En la actualidad las empresas deben estudiar minuciosamente todas las variables antes de emprender un Plan de Negocios debido a los cambios que se presentan en la economía tanto nacional como internacional. Para esto los gerentes se valen de los estudios de factibilidad que comprende el estudio de mercado, técnico, financiero, el cual permite tomar una acertada decisión de negocios. El presente trabajo consistió en elaborar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa encargada de la fabricación de repostería con edulcorantes naturales que permitiera satisfacer necesidades dietéticas especiales, en la ciudad de Guatire del municipio Zamora; la importancia del estudio radica en la necesidad que existe de contar con alternativas sanas de alimentación para aquellas personas que se ven sometidas a regímenes de alimentación especiales y que a su vez sea rentable a corto, mediano y largo plazo para el inversionista. Los resultados permitieron evidenciar la factibilidad de la creación de esta empresa debido a los márgenes de ganancias y retorno de capital de la misma. Así mismo se sometió a un análisis de sensibilidad que determinó la factibilidad de la propuesta en diversos escenarios. **Palabras Claves:** Factibilidad; Estudio de mercado; técnico; financiero. **Línea de Trabajo:** Definición y Desarrollo de Proyectos.

Tovar (2005). Estudio De factibilidad técnico económico para la instalación de una planta de Manufactura de Cerveza en el Estado Aragua. Trabajo Especial de Grado para Optar al Título de Especialista en Gerencia de Proyectos en el Área de Ciencias Administrativas y de Gestión Postgrado en Gerencia de Proyectos de la Universidad Católica Andrés Bello. La Cerveza Tovar es introducida en el mercado en el año 1995 iniciando el desarrollo y posicionamiento de la marca, ubicada en el mercado como bebida de lujo ya que hasta el año 2000 fue importada, maquilándose su fabricación en Alemania a partir del año 2000, se inicia la fabricación propia en la Colonia Tovar, dado inicio en Venezuela al género de la Cerveza Artesanal, logrando posicionarse y tener una clientela cautiva. Debido a la

calidad y aceptación del producto en el mercado nacional, se ha generado una demanda creciente, la cual la empresa no está en capacidad de satisfacer con sus niveles de producción actuales, por lo que se hace imperioso el aumento de la capacidad de producción. Cervecería Tovar, C.A. Es una empresa con un esfuerzo de maduración y diseño del producto que ha permitido asegurar calidad y aceptación en el mercado, manteniendo un nivel de producción experimental y artesanal al mismo tiempo absorbiendo riesgos financieros, hasta consolidar una opción industrial con claras posibilidades de posicionarse y penetrar segmentos exigentes del mercado nacional y de mercados de exportación cercanos al país. Es una empresa artesanal en marcha y en punto de equilibrio operativo, posee un Know How y tecnología actualizados desarrollados y normalizados; una marca consolidada como prototipo, posicionada en nichos turísticos y registrada dentro de la normativa exigida; una permisología actualizada y reestructuración y fortalecimiento financiero reciente a través de la incorporación de nuevos socios. Es por todo lo anteriormente expuesto que se crea la necesidad de evaluar tanto los lineamientos filosóficos como el realizar un estudio de factibilidad para la ampliación de la producción de la empresa a través de la instalación de una segunda planta de cervecería Tovar en el estado Aragua. **Palabras Claves:** Factibilidad financiera y económica; Estudio técnico; financiero, instalación, manufactura. **Línea de Trabajo:** Definición y Desarrollo de Proyectos.

BASES TEÓRICAS

Proyecto:

Según (Sapag 1995), Proyecto no es más ni menos que la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema que tiende a resolver, entre tantas, una necesidad humana, una vez definido que es un proyecto podemos adentrarnos en las definiciones respectivas para la evaluación de proyectos.

Evaluación de Proyectos:

(Blanco 2006 y Baca 1995) Concuerdan en que la evaluación de un proyecto

consiste en un análisis de los antecedentes recopilados, para formarse un juicio tanto cuantitativo como cualitativo, respecto de la conveniencia de su puesta en marcha.

(Blanco 2006) La evaluación de un proyecto implica hacer un ordenamiento de la información económica a fin de determinar con la mayor exactitud posible, su rentabilidad, que al compararlas con otras opciones de inversión permita decidir respecto a la conveniencia de ponerlo en marcha.

Para (Blanco 2006) evaluar un proyecto de inversión de cualquier tipo y para que esta resulte con éxito, deben seguirse una serie de pasos en los cuales se busque la rentabilidad para el inversionista, de tal modo que los resultados obtenidos de los análisis y evaluaciones den como consecuencia una toma de decisiones adecuada para realizar o no un proyecto de inversión, o bien para darle un nuevo enfoque a su estructura.

De acuerdo con (Blanco 2006, Sapag 1985 y Bacca 1991), para poder evaluar un proyecto de inversión, deben realizarse tres estudios en común:

- **Estudio de Mercado**
- **Estudio Técnico**
- **Estudio Económico-Financiero**

Mercado:

(Samuelson, 1999) Lo define como el mecanismo en el que los compradores y los vendedores determinan conjuntamente los precios y las cantidades de mercancías, este está constituido por gente u organizaciones que tienen necesidades y deseos, y que están dispuestos a realizar un intercambio de bienes o servicios para satisfacerlas.

Estudio de Mercado:

Para (Kotler, Bloom y Hayes, 2004) el estudio de mercado consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización.

(Randall, 2003) define el estudio de mercado de la siguiente manera: La recopilación, el análisis y la presentación de información para ayudar a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing.

Según (Malhotra, 1997) los estudios de mercado describen el tamaño, el poder de compra de los consumidores, la disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor.

Para (Baca Urbina, 1995) El estudio de mercado, consiste en la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, el análisis de los precios y el estudio de comercialización.

Según (Sapag y Sapag 1995), se deben evaluar todos los mercados que de alguna u otra forma se relacionen con el producto o servicio. Estos son: el mercado proveedor, el competidor, el distribuidor y el consumidor, los cuales son definidos de la siguiente manera por dicho autor.

(Sapag y Sapag 1995) El mercado proveedor, es aquel que proporciona todos los insumos o materias primas necesarias para fabricar el producto u ofrecer el servicio. Con respecto a este mercado se deben precisar el número de proveedores existentes en el mercado, los precios de los insumos, las condiciones de crédito a los clientes, la cercanía y relación con los mismos, los costos de flete, almacenamiento y riesgos de obsolescencia.

(Sapag y Sapag 1995) El segundo mercado en estudio es el competidor, que se refiere a las empresas o personas que ofrecen un producto o servicio de características iguales o similares al estudiado. En este aspecto es conveniente

conocer la localización, capacidad instalada, los planes de expansión, las estrategias de comercialización y las facilidades de pago que ofrecen a los clientes.

(Sapag y Sapag 1995) El mercado distribuidor, es aquel que abarca los medios disponibles para poder hacer llegar el producto o servicio al consumidor. Se deben estudiar las alternativas existentes en el mercado para escoger la más apropiada en términos del precio del producto o servicio que va a llegar al consumidor final, la posibilidad real de contar con él y el porcentaje de mercado que cubra ese medio de distribución, para esta investigación se contara con personal propio que se encargara de entregar el producto a las rutas asignadas previamente según la orden de compra, ya que nuestro servicio es a domicilio y abarca el despacho, la entrega y el montaje del servicio, es decir no se contrataran a terceros para distribuir nuestros productos.

Para (Sapag y Sapag 1995) El último y más importante mercado es el consumidor, en donde deben estudiarse los hábitos y usos con respecto al producto o servicio, la lealtad hacia los mismos y la intención de compra, entre otros aspectos, con el fin de diseñar la estrategia de comercialización más adecuada para el producto.

Estudio Técnico:

Según (Rosales, 2005) Un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. Este análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita.

De acuerdo con (Baca, 2010) El estudio técnico es aquel que presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal.

Para (Sapag, 2008) Los aspectos que se relacionan con la ingeniería del proyecto son probablemente los que tienen mayor incidencia sobre la magnitud de los costos y las inversiones que deberán efectuarse a la hora de implementar un proyecto. En el análisis de la viabilidad financiera de un proyecto, el estudio técnico cumple la función de proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes.

Expresa (Sapag, 2008), que una de las conclusiones más importantes derivada en este estudio, es que este deberá definir la función de producción que optimice el empleo de los recursos disponibles en la producción del bien o servicio del proyecto. De aquí podrá obtenerse la información de las necesidades de capital, mano de obra y recursos materiales, tanto para la puesta en marcha como para la posterior operación del proyecto.

Expone (Sapag, 2008), que con el estudio técnico se pueden obtener los requerimientos de equipos de fábrica para la operación y el monto de la inversión correspondiente. Del análisis de las características y especificaciones técnicas de las máquinas se precisará su disposición en planta, la que a su vez permitirá dimensionar las necesidades de espacio físico para que el desarrollo de las operaciones se efectúe de manera normal, en consideración a las normas y principios de la administración de la producción.

Según (Sapag, 2008) El estudio de dichos antecedentes hará posible cuantificar las necesidades de mano de obra por especialización y asignarles un nivel de remuneración para el cálculo de los costos de operación. De igual manera, deberán deducirse los costos de mantenimiento y reparaciones, así como el de reposición de los equipos.

Explica (Sapag, 2008), que la descripción del proceso productivo permitirá conocer las materias primas y los demás insumos que demandará el proceso. Por este motivo y como ya se ha mencionado, el proceso productivo se elige tanto a través del análisis técnico como económico de las alternativas existentes.

Define (Sapag, 2008), el estudio técnico no se realiza en forma aislada de los demás estudios existentes. El estudio de mercado definirá ciertas variables relativas a características del producto, demanda proyectada a través del tiempo, estacionalidad en las ventas, abastecimiento de materias primas y sistemas de comercialización adecuados, entre otras materias, dicha información deberá tomarse en cuenta al seleccionar el proceso productivo. El estudio legal podrá señalar ciertas restricciones a la localización del proyecto que podrían de alguna manera condicionar el tipo de proceso productivo. El estudio financiero por otra parte, podrá ser determinante en la selección del proceso si en él se definiera la imposibilidad de obtener los recursos económicos suficientes para la adquisición de la tecnología más adecuada. En este caso, el estudio deberá tender a calcular la rentabilidad del proyecto, haciendo uso de la tecnología que está al alcance de los recursos disponibles.

Para (Sapag, 2008), en resumen el objetivo del estudio técnico es llegar a determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio deseado. De la selección de la función óptima se derivarán las necesidades de equipos y maquinarias que, junto con la información relacionada con el proceso de producción, permitirán cuantificar el costo de operación.

Estructura básica de la que está compuesto un estudio técnico según (Baca 2010):

Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto
Análisis y determinación del tamaño óptimo del proyecto
Análisis de la disponibilidad y el costo de los suministros e insumos
Identificación y descripción del proceso
Determinación de la organización humana y jurídica que se requiere para la correcta operación del proyecto.

A continuación se da una descripción breve de los componentes del estudio técnico mencionados por (Baca, 2010):

Localización del proyecto: la localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto Análisis y determinación del tamaño óptimo del proyecto Análisis de la disponibilidad y el costo de los suministros e insumos Identificación y descripción del proceso Determinación de la organización humana y jurídica que se requiere para la correcta operación del proyecto rentabilidad sobre capital o a obtener el costo unitario mínimo. El objetivo general de este punto es, llegar a determinar el sitio donde se instalará la planta.

Explica (Baca, 2010), que en la localización óptima del proyecto se encuentran dos aspectos: la Macro localización (ubicación del mercado de consumo; las fuentes de materias primas y la mano de obra disponible) y la Micro localización (cercanía con el mercado consumidor, infraestructura y servicios). Determinación del tamaño óptimo de la planta: se refiere a la capacidad instalada del proyecto, y se expresa en unidades de producción por año. Existen otros indicadores indirectos, como el monto de la inversión, el monto de ocupación efectiva de mano de obra o algún otro de sus efectos sobre la economía. Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica.

Define (Baca, 2010), al objetivo de la Ingeniería del proyecto: como el resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta, desde la descripción del proceso, adquisición del equipo y la maquinaria, se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva. En síntesis, resuelve todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta.

Según (Baca, 2010), la Organización humana y jurídica: una vez que el investigador haya hecho la elección más conveniente sobre la estructura de organización inicial, procederá a elaborar un organigrama de jerarquización vertical simple, para mostrar cómo quedarán, a su juicio, los puestos y jerarquías dentro de la empresa. Además la empresa, en caso de no estar constituida legalmente, deberá conformarse de

acuerdo al interés de los socios, respetando el marco legal vigente en sus diferentes ámbitos: fiscal, sanitario, civil, ambiental, social, laboral y municipal.

Por su parte, (Sapag & Sapag 2008) detallan la estructura del estudio técnico en la evaluación de proyectos de la siguiente manera: Proceso de producción: el proceso de producción se define como la forma en que una serie de insumos se transforman en productos mediante la participación de una determinada tecnología (combinación óptima de mano de obra, maquinaria, métodos y procedimientos de operación, entre otros.) Se define también como un conjunto secuencial de operaciones unitarias aplicadas a la transformación de materias primas en productos aptos para el consumo, es decir, es el conjunto de equipos que realizan todas las operaciones unitarias necesarias para conseguir dicha transformación.

Define (Sapag, 2008), a la capacidad de producción: máximo nivel de producción que puede ofrecer una estructura económica determinada: desde una nación hasta una empresa, una máquina o una persona. La capacidad de producción indica qué dimensión debe adoptar la estructura económica, pues si la capacidad es mucho mayor que la producción real estaremos desperdiciando recursos. Lo ideal es que la estructura permita tener una capacidad productiva flexible (minimizando costos fijos e incrementando los variables), que nos permita adaptarnos a variaciones de los niveles de producción. Esto se puede conseguir con herramientas como la subcontratación.

Inversiones en equipamiento: por inversión en equipamiento se entenderán todas las inversiones que permitan la operación normal de la planta de la empresa creada por el proyecto. En este caso estamos hablando de maquinaria, herramientas, vehículos, mobiliario y equipos en general. (Sapag, 2008)

Localización: la actividad industrial se desarrolla habitualmente dentro de una planta industrial. La fase de localización persigue determinar la ubicación más adecuada teniendo en cuenta la situación de los puntos de venta o mercados de consumidores, puntos de abastecimiento para el suministro de materias primas o

productos intermedios, la interacción con otras posibles plantas, etc. En el caso de una construcción nueva, el sitio puede estar impuesto desde el principio del proyecto (es una constante) o depende de los primeros estudios técnicos (es una variable). En cualquier caso, la elección del sitio debe efectuarse lo más tarde después de la fase de validación del anteproyecto. (Sapag, 2008)

Distribución de planta o local: La producción es el resultado de hombres, materiales y maquinaria, que deben constituir un sistema ordenado que permita la maximización de beneficios, pero dicha interacción debe tener un soporte físico donde poder realizarse. La distribución en el local es el fundamento de la empresa, determina la eficiencia, y en algunos casos, la supervivencia de una empresa. Así, un equipo costoso, un máximo de ventas y un producto bien diseñado, pueden ser sacrificados por una deficiente distribución de planta. La distribución en planta implica la ordenación física de los elementos industriales. (Sapag, 2008)

Esta ordenación, ya practicada o en proyecto, incluye tanto los espacios necesarios para el movimiento del material, almacenamiento, trabajadores, como todas las otras actividades o servicios, incluido mantenimiento. (Sapag, 2008)

Inversión en obras físicas: en relación con las obras físicas, las inversiones incluyen desde la construcción o remodelación de edificios, oficinas o salas de venta, hasta la construcción de caminos, cercos o estacionamientos. Para cuantificar estas inversiones es posible utilizar estimaciones aproximadas de costos (por ejemplo, el costo del metro cuadrado de construcción) si el estudio se hace en nivel de perfectibilidad. Sin embargo, en nivel de factibilidad la información debe perfeccionarse mediante estudios complementarios de ingeniería que permitan una apreciación exacta de las necesidades de recursos financieros en las inversiones del proyecto. (Sapag, 2008)

Cálculo de costos de producción: se refiere a las erogaciones o gastos en que se incurre para producir un bien o un servicio, en donde se incluyen los siguientes costos:

- Costos directos de producción: materias primas, mano de obra directa. - Costos indirectos: depreciación, mano de obra indirecta, insumos o materiales menores. (Sapag, 2008)

Proyecto de inversión

Esta investigación procura evaluar los recursos que se requieren para Desarrollar el plan de negocio de una microempresa “SaborJalu” con servicio a domicilio, orientada a la venta de entremeses gourmet para festejos, en el Municipio Chacao, Caracas - Venezuela.

Según Urbina (2010) un proyecto de inversión es un plan, que si se le asigna determinado monto de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos, producirá un bien o un servicio, útil al ser humano o a la sociedad.

La evaluación de un proyecto de inversión, tiene por objeto conocer su rentabilidad económica y social, de tal manera que asegure solucionar una necesidad humana de forma eficaz, segura y rentable. Sólo así es posible asignar los recursos económicos a la mejor alternativa.

Plan de Negocios

De acuerdo con la (*Harvard Business School, 2007*) la preparación de un plan de negocios es la primera etapa a la hora de crear una empresa. Es decir, este explica de forma detallada y sistemática los pasos que se requieren para hacer realidad una iniciativa emprendedora. Un plan de negocios, es una actividad o un conjunto de actividades, que requieren de distintas habilidades y destrezas, que abarcan desde el análisis del mercado, la visión estratégica, hasta la determinación de los

recursos necesarios para alcanzar los objetivos deseados al más bajo costo posible, entre otros aspectos.

Viniegra (2007), señala que el plan de negocios nos ayuda a visualizar hoy como deben operar las distintas áreas del negocio o empresa para que de manera conjunta y sinérgica permitan alcanzar los objetivos deseados de la manera más eficiente posible; esto es, producir el máximo resultado con el mínimo de recursos.

Factibilidad

(Sapag-Sapag, 2008) La define como la etapa más completa donde se profundiza el análisis de las variables del estudio de prefactibilidad. Pretende evaluar una acción futura como capaz de realizarse teniendo en cuenta las posibles limitaciones que pudieran presentarse. Es importante el cálculo de las variables financieras y económicas, ya que deben ser lo suficientemente demostrativas para justificar la realización del proyecto. Este tipo de estudio es el que se pretende desarrollar en el presente trabajo de grado.

Según (Urbina 1995), en un estudio de factibilidad se plantean dos objetivos fundamentales, que son: - Analizar y presentar todas las variables que condicionan la realización de la futura inversión, destacando las más complejas e importantes para el proyecto; y demostrar la rentabilidad económica para el capital invertido y para los recursos económicos comprometidos en el proyecto. Por ello se puede decir, que con la evaluación de un proyecto se deben abarcar y cumplir tres objetivos lo cuales son: La factibilidad de mercado, la factibilidad técnica y la factibilidad económico-financiera.

Estudio del Producto o Servicio

(Blanco 2006), Consiste en definir todos los aspectos y características que realmente se demandan de ese producto o servicio, para ver si satisface realmente una necesidad concreta del mercado. Para conocer su clientela debe segmentarse

el mercado, delimitar el perfil concreto del cliente potencial (edad, poder adquisitivo, nivel cultural, gustos, hábitos de compra, lugar de origen). Las técnicas de sondeo, encuestas o entrevistas, y estudio de mercado, permite conocer detalles para el diseño final del producto o servicio.

Expresa (Blanco 2006), que el estudio de mercado persigue verificar la posibilidad de penetración real del producto en un mercado determinado, que permita medir los riesgos y posibilidades de éxito.

Estudio de la Demanda

Los autores (Blanco 2006) y (Sapag 1985), expresan que la demanda es la cuantificación de la necesidad real o psicológica de una población de compradores, con poder adquisitivo suficiente para adquirir un determinado producto que satisfaga dicha necesidad. Deber ser cuantificada en unidades físicas.

Estimación de la Demanda

Define (Blanco 2006), como la demanda futura del producto de su empresa. Se basa en la proyección de la línea de tendencia correspondiente a los datos históricos, recomienda: las proyecciones deberán hacerse en unidades de producto y/o divisas utilizando un mínimo de cinco años.

Estudio de la Oferta

Según (Blanco 2006), la oferta cuantifica la cantidad futura de un producto que los fabricantes e importadores están dispuestos a llevar al mercado en conformidad con los precios vigentes en el mismo

Conocer cómo trabaja la competencia, cuáles son sus precios, sus plazos de entrega, las facilidades de pago que ofrecen aporta indicadores a la investigación. En definitiva analizar todos sus puntos fuertes y débiles comparándolos con el producto y servicio ofrecido por nosotros adecuándolo a las necesidades y tendencias además de innovar en la medida de lo posible para diferenciarse de los demás y pulir nuestro concepto.

Precio

Explica (Blanco 2006), que se debe establecer de manera preliminar el precio que debe tener el producto, con base principalmente en los siguientes factores: precios de venta del mercado, tipo de consumidores, coeficiente de elasticidad precio-demanda, reacción esperada de los competidores, y estrategia oficial en materia de política económica (incentivos, protecciones, etc.)

Advierte que el precio de mercado obtenido es el precio que deberá ser utilizado al momento del cálculo de ingresos y no el precio estimado que calcule el promotor. Para él, este error es frecuente ya que muchos empresarios no toman en cuenta el precio del mercado al fijar sus precios.

Disponibilidad de Insumos

Está conformada por los recursos humanos, materiales y financieros que necesite el proyecto para su funcionamiento y operatividad.

Según (Sapag 1985) La disponibilidad de insumos, tanto humanos como materiales y financieros, es otro factor que condiciona el tamaño del proyecto. Los podrían no estar disponibles en la cantidad y en la calidad deseada, limitando la capacidad de uso del proyecto o aumentando los costos de abastecimiento, pudiendo incluso hacer recomendable el abandono de la idea que lo originó.

La disponibilidad de recursos humanos es de gran importancia para la instalación de la planta, se debe verificar la disponibilidad de los mismos debido a que conforman una de las partes más importantes de la empresa para la producción de un producto o prestación de un servicio.

La disponibilidad de materia prima reúne diversos aspectos como:

- Seleccionar a los mejores proveedores.
- Encontrar las mejores condiciones de pago.
- Exigir la materia prima de la más alta calidad.

Seleccionar a los mejores proveedores es de gran importancia para evitar una paralización de las operaciones por falta de materia prima.

La disponibilidad de recursos financieros para la instalación del tamaño óptimo de planta se requiere para realizar la inversión y verificar si son suficientes para la instalación de la planta.

Si el proyecto requiere financiamiento se debe escoger el tamaño óptimo que pueda financiarse con las mayores facilidades y los menores costos de financiamiento.

En el cronograma de inversión debemos indicar el período de tiempo que corresponde a las etapas que van desde la instalación de la planta hasta el último año del período de proyección.

Tecnología Utilizada.

Explica (Blanco 2006), que bien sea que se trate de tecnología contratada o propia, deberá especificarse su alcance, los beneficios que aporta y las ventajas que agrega al proceso y al producto. De ser contratada deberá indicarse los términos de la contratación y su costo.

La tecnología tiene estrecha relación con el tamaño de planta y con las inversiones y costos de producción. Si la producción es a gran escala, el costo de producción por unidad será menor, debido a esto el costo total de producción disminuye y aumentan las utilidades del proyecto.

Control de Calidad

El Control de Calidad es un punto de gran importancia en el proceso productivo, el cual está estrechamente relacionado con aspectos como la calidad de la materia prima, los equipos y la tecnología utilizada y el adiestramiento del personal.

Según (Blanco 2006) Dependiendo del proceso y del producto, deberá especificarse qué tipo de control de calidad se dispensa y sobre qué puntos de la línea de producción se ejerce así como el personal necesario y las inversiones en activos. De esta manera, podemos observar la estrecha relación anteriormente nombrada, para la obtención del producto final de la más alta calidad.

Estudio Económico-Financiero

De acuerdo a (Blanco 2006), el estudio Económico-Financiero recoge la información elaborada de los estudios de mercado y técnico, lo que permite identificar elementos tales como: costos de Inversión, costos de operación, ingresos. Estos elementos son finalmente transformados mediante este estudio en valores.

El inversionista realiza asignaciones importantes de recursos, solo si espera en un futuro recuperar una cantidad mayor a la erogación realizada, es decir, tiene la esperanza de obtener utilidades de acuerdo con el monto de la inversión y el riesgo que corra.

Para (Bacca 1991) el estudio Económico-Financiero busca determinar la viabilidad y rentabilidad del proyecto.

Presupuesto de Inversión y su Financiación

Aquí se indican las inversiones necesarias para la puesta en marcha de una empresa y las mejores vías de financiamiento.

Inversiones en Activo Fijo

Los autores (Goxens y Cols 2007), describen a las Inversiones en activo fijo o inmovilizado, son elementos patrimoniales que van a permanecer más de un ejercicio económico en la empresa. Son inversiones a largo plazo que se van recuperando gradualmente por medio de la amortización y deben de ser financiadas con capitales permanentes, recursos propios o exigibles a largo plazo.

El activo inmovilizado “Representa la parte inmutable del patrimonio; en condiciones normales no puede ser vendido sin que la empresa experimente variaciones sustanciales. Se divide en material (maquinaria, instalaciones, edificios) e inmaterial (patentes y marcas). (Goxens y Cols 2007)

Para (Goxens y Cols 2007), bajo activo inmovilizado se agrupan las inversiones permanentes y los gastos diferidos. Es decir, en este grupo de activos figuran todos los elementos destinados a asegurar la vida de la empresa, así como aquellos gastos que van a ser eliminados a través de varios ejercicios económicos.

El mismo autor, integra estos activos en subgrupos:

Gastos de establecimiento: gastos surgidos por la constitución de la empresa, gastos de primer establecimiento, gastos de ampliación de capital y gastos generados por la emisión de obligaciones y bonos.

Inmovilizado material: Que reúne elementos tangibles o de naturaleza corpórea que se encuentran vinculados a la unidad económica, de manera que tienden a ser permanentes.

Inmovilizado inmaterial: Incluye en este subgrupo los derechos susceptibles de valoración económica y que tienen por misión asegurar la continuidad de la empresa. En este caso se hablaría de concesiones administrativas, propiedad industrial, etc.

Inmovilizado financiero: Incluye los valores mobiliarios que constituyen inversiones financieras en otras empresas, préstamos concebidos y finanzas constituidas que tengan carácter de “inversiones no cíclicas”, es decir, con posible reintegro al cabo de varios ejercicios. Goxens y cols (2007), ponen énfasis en que si el reintegro es un ejercicio, los importes se deberán incluir en el circulante.

Existencias: Mercaderías y demás materiales análogos propiedad de la empresa.

Inversiones en Activo Circulante (Capital de Trabajo)

Para (Blanco 2006), el valor total de los activos circulantes conforman el capital de trabajo bruto de una empresa, y la diferencia entre el total de activos circulantes y el total de los pasivos circulantes, constituyen el capital de trabajo neto.

Según (Finnerty 2000), son inversiones complementarias o derivadas de las inversiones de activo fijo. Su período de permanencia en la empresa es inferior al año, debiendo financiarse en parte con deudas a largo plazo y en parte con deudas a corto plazo (disponible y realizable), están relacionadas con el ciclo de explotación de la empresa (dinero-mercancías-dinero).

El activo circulante, para este autor, comprende: Existencias: mercaderías, materias primas, productos en curso, productos terminados. Realizable: clientes, deudas por cobrar, deudores diversos.

Inversiones Financieras Temporales.

Disponible: dinero efectivo en caja y bancos.

(Blanco 2006), refleja que cuando una empresa inicia sus operaciones, además del capital invertido en activos fijos y en activos intangibles, deberá contar con una partida en efectivo para financiar los rubros que demanda el costo de producción de la fase inicial de operaciones de la empresa conformados por los inventarios de

materia prima, productos semielaborados y productos terminados, por la nómina, gastos de fabricación y venta, y por el financiamiento de las cuentas por cobrar.

Financiamiento

Dice (Finnerty 2000), que después de fijar las inversiones necesarias para el comienzo de la actividad, se debe pensar en la forma en que se va a financiar. Como norma general el activo fijo se financiaría con pasivo fijo, y el activo circulante se financiará con pasivo circulante, excepto una parte que puede ser financiada con fondos a largo plazo (stocks o existencias, un mínimo del saldo de clientes y un mínimo de capital de trabajo necesarios siempre para que la empresa pueda funcionar) lo que se denomina el capital de trabajo. Este fondo es fundamental para el buen funcionamiento de la empresa y para su supervivencia.

Según (Goxens y Cols 2007), en una empresa las fórmulas de financiación básicas son dos:

Financiamiento Propio: proveniente de fuentes propias de la empresa (capital aportado por los socios).

Financiación de Terceros: proveniente de fuentes ajenas a la empresa como por ejemplo financiación bancaria y financiación no bancaria (proveedores, acreedores, leasing).

Una vez determinado el monto de la inversión necesaria y el tipo de financiamiento que se usará, deben proyectarse los estados de resultados y flujo de caja.

Capital de Trabajo

Desde el punto de vista contable (Urbina 2010), se define al capital de trabajo como la diferencia entre el activo circulante y el pasivo circulante. Desde el punto de vista

práctico, está representado por el capital adicional (distinto de la inversión en activo fijo y diferido) con el que hay que contar para que empiece a funcionar la empresa. Ejemplo: inversión para la compra de materia prima inicial, pago por mano de obra de la primera producción, otorgar créditos en las primeras ventas, etc. Adicional a ello, se podrá obtener créditos a corto plazo para el pago a los proveedores, impuestos y algunos servicios.

Depreciación y amortización

La depreciación es el desgaste de un activo fijo tangible a través del tiempo y la amortización viene siendo el desgates de los intangibles. Generalmente la depreciación es calculada con dos parámetros característicos del activo como lo son su precio y su vida útil, se utiliza el método de línea recta para ponderar su efecto sobre el flujo de caja. (Sapag y Sapag 2008)

(Sapag y Sapag 2008) destacan que la depreciación no es un egreso de caja, influye en la rentabilidad de un proyecto por sus efectos indirectos sobre los impuestos. Al depreciarse todo el activo, por cualquier método se obtendrá el mismo ahorro tributario, diferenciándose sólo el momento en que ocurre. Como el efecto es tan marginal, se opta por el método de línea recta, que además de ser el más fácil de aplicar, es el que entrega el escenario más conservador.

Flujo de caja

Define (Parkin, 2006), al flujo de caja como un instrumento para el análisis financiero de la rentabilidad de un proyecto. Está conformado por diversos elementos como lo son los ingresos, los egresos operacionales que devengan de los costos generales y generalmente se proyecta a cinco años. El orden de cada elemento en un flujo de cajo está dado en primer lugar por el cálculo de la utilidad marginal, entendida como la utilidad total que resulta del aumento de una unidad en la cantidad consumida de un bien Se calcula restando el ingreso por unidad menos el costo de producción por

el número de unidades vendidas en un año. En segundo lugar en un flujo de caja se especifica la utilidad bruta o la denominada utilidad antes de impuestos, que en el cálculo vienen siendo la resta de la utilidad marginal menos los costos generales en un año. Se le puede agregar el efecto de un posible financiamiento, para que la empresa tenga su funcionamiento del día a día se requiere la disponibilidad del efectivo al momento de necesitarlo, es por esto la importancia del flujo de caja proyectado ya que significa la liquidez esperada para un tiempo determinado.

Estado de Resultados

Según (Goxens y cols 2007), presenta un resumen de los ingresos y gastos de una organización durante un período específico, como puede ser un mes o un año. El Estado de Resultados tiene lo que quizás sea la información individual más importante sobre un negocio: su utilidad neta, que son los ingresos menos los gastos. Si los gastos exceden a los ingresos, el resultado es una pérdida neta para el ejercicio.

Modelo de negocio

Los autores (Osterwalder, Pigneur y Tucci 2005) repasan distintas definiciones y terminan aportando una: “un modelo de negocio es una herramienta conceptual que contiene un conjunto de elementos y sus relaciones y que nos permite expresar la lógica de negocio de una empresa específica. Es la descripción del valor que una empresa ofrece a uno o varios segmentos de clientes y de la arquitectura de la empresa y su red de socios para crear, comercializar, y aportar este valor a la vez que genera un flujo rentable y sostenible de ingresos.

De acuerdo a (Chesbrough y Rosenbloom 2001) presentan una definición más detallada y operativa al indicar que las funciones de un modelo de negocio son: articular la proposición de valor; identificar un segmento de mercado; definir la estructura de la cadena de valor; estimar la estructura de costes y el potencial de

beneficios; describir la posición de la empresa en la red de valor y formular la estrategia competitiva.

Inversión

Según (Martos 2011), es el proceso en el cual un sujeto decide vincular recursos financieros líquidos a cambio de expectativas de obtener unos beneficios también líquidos, a lo largo de un plazo de tiempo, denominado vida útil, u horizonte temporal del proyecto.

Aprovisionamiento local

Según (Parra, Pedraza y Torres 2011) es la función logística mediante la cual se provee a una empresa de todo el material necesario para su funcionamiento. Un correcto aprovisionamiento consiste en saber controlar lo que entra y sale de la cocina, poder organizarlo y prever qué productos o utensilios faltan y cuáles se van a necesitar en el transcurso del servicio. Para ello será necesario también conocer los diversos productos, sus características y la mejor forma de almacenarlos.

Sostenibilidad ambiental

Para (Brundtland 1987), La sostenibilidad es la existencia de condiciones económicas, ecológicas, sociales y políticas que determinen su funcionamiento de forma armónica a lo largo del tiempo y del espacio. Es un término ligado a la acción del hombre en relación a su entorno, se refiere al equilibrio que existe en una especie basándose en su entorno y todos los factores o recursos que tiene para hacer posible el funcionamiento de todas sus partes, sin necesidad de dañar o sacrificar las capacidades de otro entorno, en gastronomía la sostenibilidad ambiental es aquel sector de la gastronomía en el que los productos consumidos, además de ser en su mayoría ecológicos, han sido producidos por empresas que gestionan su actividad de acuerdo con el principio fundamental del Desarrollo

Sostenible, es decir el equilibrio entre los factores económico, social y medioambiental”.

Cocina de fusión

(Ponce 2014), Es un estilo culinario que incorpora, mezcla o fusiona ingredientes o métodos o técnicas culinarias de por lo menos dos diferentes estilos regionales o étnicos distintos, por lo cual esta cocina requiere de un conocimiento profundo de varias cocinas regionales o de un equipo multi-étnico para su elaboración. Su resultado es usualmente atrevido y dependerá de la capacidad creadora del Chef involucrado.

Mini Gourmet

Según (Edición de ABC 2016), son aquellos menús infantiles que están atrayendo más la atención de los chefs y los operadores de restaurantes ya que hace tiempo que los menús de los niños solamente incluían alimentos con formas de personajes animados. Esta es la era de platos gourmet para niños, con artículos adaptados del menú para adultos, con sabores más aventureros e una variedad mayor de opciones. Creciendo en paralelo también están versiones saludables de los productos con granos enteros, las verduras, los platos al horno y las ensaladas pero haciéndolos atractivos para el paladar de los infantes.

Dietas especiales

Según (Colegio Oficial de Farmacéutico de Huesca 2015) La dieta es la alimentación ordenada, racional y estudiada que recibe una persona sana o enferma con el fin de contribuir al mantenimiento de la salud, debido a esto se entiende como dietas especiales aquel régimen alimenticio que debe esta fomentado según la necesidad de cada persona por ejemplo los diabéticos debe ser un menú libre de azúcares artificiales y debe ser rico en proteínas y frutas, otro ejemplo los celíacos

sus dieta debe estar basada en alimentos libres de gluten o de trigo y deben consumir alimentos a base de maíz, frutas, legumbre y proteínas.

Restauración Gastronómica

Según (Gaona 2015), la define como la actividad en la que intervienen una gran variedad de oficios y actividades que se refieren a la fabricación y transformación de productos alimenticios.

Alimentación

De acuerdo a (Sanchez, Zendejas 2012), es la ingestión de alimentos por parte de los organismos para proveerse de sus necesidades alimenticias, fundamentalmente para conseguir energía y desarrollarse.

Nutrición

La (OMS 2016), expone La nutrición como la ingesta de alimentos en relación con las necesidades dietéticas del organismo. Una buena nutrición (una dieta suficiente y equilibrada combinada con el ejercicio físico regular) es un elemento fundamental de la buena salud. Una mala nutrición puede reducir la inmunidad, aumentar la vulnerabilidad a las enfermedades, alterar el desarrollo físico y mental, y reducir la productividad.

Gourmet

(Dolores 2015), Es una idea cultural asociada a las artes culinarias de buena comida y del buen beber. Aquellos placeres comestibles y bebibles con estilos lujosos y altos estándares de calidad.

Repostería

Para (Ajay's Cake Shop 2011) La repostería o pastelería es el arte de preparar o decorar pasteles u otros postres. El término repostería es el que se utiliza para denominar al tipo de gastronomía que se basa en la preparación, cocción y decoración de platos y piezas dulces tales como tartas, pasteles, galletas, budines y muchos más.

BASES LEGALES

- Constitución de la República Bolivariana de Venezuela

Artículo 305. (Gaceta oficial N° 36.860 – Fecha de publicación 30 de Diciembre de 1999)

- Ley Orgánica del Trabajo, los Trabajadores y las Trabajadoras (LOTTT)

Decreto Nro. 8.938 con rango, valor y fuerza de Publicado en Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela Nro. 6.076 Extraordinario del 30 de abril de 2012.

- REGLAMENTO GENERAL DE ALIMENTOS

Gaceta Oficial N° 25.864 de fecha 16 de enero de 1959. DECRETO NÚMERO 525-12 DE ENERO DE 1959.

- Ley del Instituto Nacional de Nutrición

Publicada en Gaceta Oficial de la República de Venezuela Nro. 28.727 del 12 de septiembre de 1968.

- Ley Orgánica de Seguridad y Soberanía Agroalimentaria

Decreto Nro. 6.071 con rango, valor y fuerza de Publicado en Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela Nro. 5.889 Extraordinario del 31 de julio de 2008.

- Normas sobre prácticas para la Fabricación, Almacenamiento y

Transporte de Envases, Empaques y/o Artículos destinados a estar en contacto con alimentos. Ministerio del Poder Popular para la Salud

Resolución N° 082 del 4 de Mayo de 2007, Publicada en Gaceta Oficial Nro. 38.678 del 8 de mayo de 2008.

- Licencia de Actividades Económicas para el Municipio Chacao

Alcaldía de Chacao

Descripción

Es la autorización que se debe obtener para ejercer legalmente actividades económicas de industria y comercio o servicios en o desde la jurisdicción del Municipio Chacao.

Objetivo

Regular y fiscalizar las actividades económicas ejercidas en el Municipio.

Recaudos

El interesado debe llenar la Planilla de Solicitud y consignarla en original, con los siguientes recaudos:

1. Copia del documento constitutivo de la empresa (Registro Mercantil), y su última modificación y en caso de ser persona natural, copia de la cédula de identidad.
2. Original de la Conformidad de Uso expedida por la Dirección de Ingeniería Municipal, salvo los casos que no estén obligados a presentarlas.
3. Timbres Fiscales de 1 U.T. del Estado Miranda. En caso de no poseer timbre fiscal podrá depositar el monto en bolívares en los números de cuenta corriente de la Gobernación del Estado Bolivariano de Miranda.
4. Original de la planilla de pago de la tasa administrativa (20 U.T.) debidamente cancelada en los bancos receptores de fondos municipales, con la factura emitida en nuestras o por punto de venta con débito y/o crédito, en las taquillas de atención, tomando en cuenta que debe estar presente el titular de la Tarjeta con su C.I. **(NO**

SE ACEPTAN PAGOS EN EFECTIVO).

5. Copia del Documento de Propiedad, Contrato de Arrendamiento o de algún Documento que compruebe la ubicación física del contribuyente en el municipio, debidamente notariado.
6. En el caso de Franquicias, anexe copia del Contrato respectivo.
7. Número de Catastro del Inmueble, el cual debe ser solicitado a la Dirección de Catastro, o puede consultarlo en la sección: Consulta de Código de Catastro de Inmuebles Urbanos en nuestro portal web.
8. Copia del Registro de Información Fiscal (RIF).
9. Autorización simple de la persona que realiza el trámite, anexando fotocopia de la Cédula de Identidad de quien autoriza y del autorizado; en el caso de que el trámite sea presentado por los representantes, socios o directores de las sociedades de comercio, sólo deben consignar fotocopia de su(s) cédula(s) de identidad.
10. Estado de cuenta solvente para la fecha, y copia del último pago del trimestre en caso de que no se encuentre aplicado al momento de la solicitud; en caso de S/P.

Ubicación:

Unidad Administrativa responsable: Dirección de Administración Tributaria
Gerencia y Coordinación: Gerencia de Actividades Permanentes y Contribuyentes Especiales / Coordinación de Actividades Económicas. **Dirección:** Edif. Atrium, PB, Av. Tamanaco, Urbanización El Rosal.

Fuente: Alcaldía de Chacao: Licencia de Actividades Económicas para el municipio Chacao, [<http://www.chacao.gob.ve/?tramites=licencia-de-actividades-economicas>]

CAPITULO III. MARCO METODOLOGICO.

Tipo De Investigación

Este estudio permitió establecer, una relación entre los objetivos y la diversidad de la situación de campo, observando y recolectando los datos directamente de su naturaleza, y profundizar en la comprensión de los hallazgos encontrados con la aplicación de los instrumentos escogidos. El mismo estuvo concebido como una investigación evaluativa definida como: la elaboración de una propuesta, un plan, un programa o un modelo, como solución a un problema o necesidad de tipo práctico, ya sea de un grupo social en particular, de una institución o empresa, o de una región geográfica, en un área particular del conocimiento, a partir de un diagnóstico de las necesidades del momento, los procesos explicativos o generadores involucrados y de las tendencias futuras, es decir, basado en los resultados de un proceso de investigación (Hurtado 2007).

En este sentido, el desarrollo de la investigación proyectiva se apoyó en la modalidad de investigación de campo, que es definida en el Manual de la UPEL (2001) como: El análisis sistemático de problemas en la realidad con el propósito, bien sea de describirlos, interpretarlos, entender su naturaleza y factores constituyentes, explicar su causa y efectos, predecir su ocurrencia, haciendo uso de métodos característicos de cualquiera de los paradigmas o enfoques de investigación conocidos. Así mismo, el estudio contó con el apoyo en una revisión bibliográfica documental, ya que se describió y se analizó las diversas teorías, leyes, origen, fundamentos que sustentan la propuesta.

Arias (2006), plantea que la investigación documental “es aquella que se basa en la obtención y análisis de datos provenientes de materiales impresos u otros tipos de documentos”. Adicionalmente, se encuentra enmarcada dentro de la modalidad evaluativa, cuyo objetivo es evaluar los resultados de la propuesta o el plan de negocio, el cual ha sido, o están siendo aplicado dentro de un contexto determinado.

Diseño de la Investigación

(Cerde 1991), Expone que el diseño de la investigación es un conjunto de decisiones, pasos, esquema y actividades a realizar en el curso de la investigación Esta investigación será de tipo no experimental, ya que se observan los fenómenos tal y como ocurren naturalmente, sin intervenir en su desarrollo.

Según Sabino (2006), el diseño de la investigación, es una estrategia que permite orientar el punto de vista técnico y guiar todo el proceso de investigación, desde la recolección de los datos, hasta el análisis e interpretación de los mismos, en función de los objetivos definidos en el presente estudio.

En la elaboración de este trabajo se utilizará las categorías establecidas para las fuentes de información, documentales y de campo, ya que consiste en la recolección de información tanto primaria como secundaria. En primera instancia se usarán fuentes de información secundaria tales como trabajos de grado de esta y otras casas de estudio a nivel nacional, estudios de investigación previos, búsqueda de información a través de internet, entre otros documentos, para lograr un primer acercamiento a los aspectos teóricos de la investigación.

(Méndez 2001) La investigación de campo es cuando los datos son recogidos en forma directa por el investigador con el fin de describirlo y explicar sus causas y efectos hasta entender su propia naturaleza.

De acuerdo con (Pérez 2002), en la investigación de campo el investigador recoge la información directa de la realidad. Esta referida en fuentes primarias, y los datos se obtienen a través de la aplicación de técnicas de recolección de datos como el cuestionario, la encuesta y la observación científica.

Así, se justifica la selección de este diseño de investigación, que permitió a los investigadores recoger información y que permitirá la justificación de la propuesta.

Población de estudio

Universo La población está determinada por sus características definitorias, según (Baptista 2003) es: El conjunto de elementos que posee el fenómeno a estudiar, donde las unidades de población poseen una característica común, la que se estudia y da origen a los datos de la investigación.

Para (Balestrini 2001) una población o universo puede estar referido a cualquier conjunto de elementos de los cuales pretendemos indagar y conocer sus características, o una de ellas, y para el cual serán validadas las conclusiones obtenidas en la investigación.

En el caso del presente estudio la población está conformada por los habitantes del Municipio Chacao, ya que estos son los posibles clientes que frecuentaran la microempresa y se deleitaran con nuestros productos, y los resultados permitirán conocer las necesidades de cada cliente y sus gustos y preferencias, la población tomada fue de un perfil de 66 habitantes.

Muestra de Estudio

(Balestrini 2001), define a la muestra como “una parte representativa de una población, cuya características debe reproducirse en ella, lo más exactamente posible. La muestra seleccionada se determinará a través de un muestreo intencional.

Según (Arias 2006), define el muestreo intencional como selección de los elementos con base en criterios o juicios del investigador.

Validación y Confiabilidad del Instrumento

La validación de los instrumentos será realizada por el juicio de expertos, ya que debe medir los objetivos de la investigación, es importante cerciorarse que con la aplicación de los mismos, realmente se recolecte los datos necesarios para un análisis estadístico poco sesgado.

(Hernández 2000), señalan que “la validez en términos generales, se refiere al grado en que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir.

Sistema de Variables

Según (Ávila 2001): Las variables expresan sus características, atributos o aspectos que se desean conocer, explicar, dimensionar, y estudiar con el objetivo investigado. Las variables son características observables, susceptibles de adoptar distintos valores o ser expresados en varias categorías y siempre están referidas a las unidades de análisis.

(Manual de la Universidad Santa María, 2004) Las variables representan a los elementos, factores o términos que pueden asumir diferentes valores cada vez que son examinados, o que reflejan distintas manifestaciones según sea el contexto en el que se presentan.

Para que estas puedan ser evidenciadas es imperioso que se correspondan directamente con la realidad, esto se logra cuando se operacionalizan.

Estas variables, fueron operacionalizadas en sus dimensiones e indicadores, tal como se evidencio en la tabla de Operacionalización de las variables. Las mismas fueron obtenidas a partir de los objetivos específicos, de los cuales se desprenden las variables de investigación, y estas a su vez permiten la definición conceptual de las mismas, para a partir de estos datos ubicar las dimensiones, así como los indicadores que darán lugar a los ítems que formarán parte del instrumento que se va a elaborar con la finalidad de recoger información acerca del plan de negocio de una microempresa “SABORJALU” con servicio a domicilio, orientada a la venta de entremeses gourmet para festejos, en el Municipio Chacao, Caracas -Venezuela. Las variables, para que permitan medir los conceptos teóricos, deben llevarse a sus referentes empíricos, es decir, expresarse en indicadores que cumplan tal función.

Según (Bavaresco 2002), a esa descomposición de la variable, en su mínima expresión de análisis, se le ha denominado, proceso de Operacionalización.

Variables y Operacionalización

Tabla N° 1: Operacionalización de las variables.

Objetivo General					
Desarrollar el plan de negocio de una microempresa "SABORJALU" con servicio a domicilio, orientada a la venta de entremeses gourmet para festejos, en el Municipio Chacao, Caracas - Venezuela.					
Objetivos Específicos	Variables	Dimensión	Indicadores	Técnicas y Herramientas	Fuente
Identificar mercado potencial de la unidad estratégica de negocio.	Factibilidad	Estudio de Mercado	Definición del Producto Demanda Precio Oferta	Encuesta 5 fuerzas de Porter Canvas investigación documental	Bases académicas Blanco(2010) Urbina(2010) Porter (9999) Bases legales vigentes
Elaborar estudio técnico de la UEN.		Estudio Técnico	Determinación del tamaño. Localización. Lay Out. Ingeniería de proyecto. Estructura organizativa. Definición de equipo y materiales Capital de trabajo.	Investigación: documental campo	
Formular plan de negocio de la UEN.		Estudio Económico Financiero	Estados financieros. Estructura de costos. Rentabilidad	DOFA CAME Blanco(2010) Urbina(2010)	

Fuente: Elaboración propia.

A continuación se presenta la definición del evento de estudio, el cual viene dado por el plan de negocio de una microempresa "SABORJALU" con servicio a domicilio, orientada a la venta de entremeses gourmet para festejos, en el Municipio Chacao, Caracas -Venezuela.

El evento de estudio es cualquier característica o fenómeno que conforme el objeto de investigación y es el tema general de estudio, y abarca las variables a investigar. Según (Hurtado 2007), una variable se define como una característica que asume

valores diferentes de una unidad de estudio a otra o en la misma unidad a lo largo del tiempo. En este sentido, se muestra a continuación las definiciones conceptuales y operacionales de cada una de las variables de estudio.

Estudio de Mercado

Definición conceptual: (Blanco 2010) define el estudio de mercado una indagación de la oferta y la demanda de un producto o servicio, el público objetivo al cual estará dirigido, la ubicación de los competidores y los canales de comercialización para colocar los productos al alcance de los consumidores.

Definición operacional: Estudio de mercado de los entremeses gourmet para festejos, en el Municipio Chacao, Caracas -Venezuela, demanda del público objetivo, oferta de productos similares al que se ofrecerá, precios y canales de comercialización al que le es ofrecido este tipo de producto.

Estudio Técnico

Definición conceptual: (Blanco 2010) define al estudio técnico como el plan para ejecutar un proyecto, es decir “persigue determinar las capacidades usadas y utilizadas de la empresa, así como la de todos los costos de producción, los costos de inversión y/o de operación involucrados en el proceso de producción.

Definición operacional: Localización de la microempresa de entremeses gourmet para festejos, en el Municipio Chacao, Caracas -Venezuela, proceso de producción del producto, proceso de envase y embalaje, infraestructura de servicios: refrigeración, almacenaje, transporte y personal a cargo.

Estudio Financiero

Definición conceptual: (Blanco 2010) indica que recoge la información de los estudio de mercado y técnico, permitiendo identificar los costos de inversión y los ingresos de operación y los transforma en valores.

Definición operacional: Inversión inicial para la puesta en marcha de la microempresa “SABORJALU” de entremeses gourmet para festejos, en el Municipio

Chacao, Caracas -Venezuela, depreciación y amortización de los equipos, préstamo, Flujo de Caja con proyecciones, e indicadores que señalarán la rentabilidad del proyecto como lo son el valor presente neto, la tasa interna de retorno y la relación costo / beneficio.

Plan de Negocio

Definición conceptual: Según (Borello 2000) el plan de negocio se define como un instrumento donde se apoya un proceso de planificación sistemático y eficaz. Dicho proceso de planificación se basa en determinar la descripción del negocio, el estudio de mercado, el estudio técnico y estudio económico financiero.

Definición operacional: Descripción de la ventana de mercado que abarca la elaboración de los de entremeses gourmet para festejos, en el municipio Chacao, Caracas -Venezuela.

Unidad de Análisis

Las unidades de análisis de una investigación se refiere al contexto, ser o entidad que posee las características, eventos o variables, que se desea estudiar, por ejemplo personas, organizaciones, entidades, etc.

En relación al párrafo anterior, la unidad de análisis del presente proyecto estará conformada por la creación de la microempresa “SABORJALU” de entremeses gourmet para festejos, en el Municipio Chacao, Caracas -Venezuela, que buscará cubrir las necesidades de consumo de los habitantes del Municipio Chacao.

Técnica e Instrumentos de recolección de datos

Según las características del proyecto de investigación, así como el tipo de información requerida para el desarrollo exitoso de un negocio, se infiere que las técnicas más eficientes para la recolección de datos son las siguientes: revisión documental, encuestas, y FocusGroup.

- Técnica de encuesta: Instrumento cuestionario.
- Técnica FocusGroup: Instrumento guía de moderador.
- Juicio de expertos.

Se realizaron encuestas con la finalidad de encontrar la preferencia en los clientes potenciales. A través de esta técnica, se busca obtener: opiniones, actitudes, creencias, sentimientos y distintos aspectos que determinen la compra de los productos que se ofrecen. El instrumento para medir los datos primarios fue a través de un cuestionario. En cuanto al diseño de las preguntas, se estructuraron preguntas cerradas, de las cuales sólo se escogieron una o varias respuestas dentro de una lista de opciones.

Se utilizó la técnica de focusgroup, la cual tuvo como objetivo obtener información especializada en cuanto al producto y proceso de elaboración

Por último se realizó el juicio de expertos el cual validó el instrumento con el cual se recolectaron los datos y dieron confiabilidad a los mismos.

Codificación y Tabulación de los Resultados

Una vez depurada las encuestas, se procede a la sistematización de las preguntas consiste en asignar números a cada una de las posibles respuestas.

El proceso radica en el recuento de los datos que están contenidos en el instrumento; se incluyen todas aquellas operaciones dirigidas a la obtención de resultados numéricos relacionados a los temas de estudio que se consultaron en la entrevista.

Los resultados fueron presentados en tablas y/o gráficos que mostraron las relaciones existentes entre las variables analizadas.

Análisis e Interpretación de los Resultados

Para Kerlinger (2002) Analizar significa establecer categorías, ordenar, manipular y

resumir los datos. En esta etapa del proceso de investigación se procede a racionalizar los datos colectados a fin de explicar e interpretar las posibles relaciones que expresan las variables estudiadas.

En este sentido, una vez aplicado el instrumento de recolección de la información, se procedió a realizar el tratamiento correspondiente para el análisis de los mismos, por cuanto la información que arrojaron fueron las indicadas en las conclusiones a las cuales llegó la investigación y la factibilidad de la propuesta.

La descripción y análisis de la información están estrechamente vinculados, de ahí deriva la denominación análisis descriptivo.

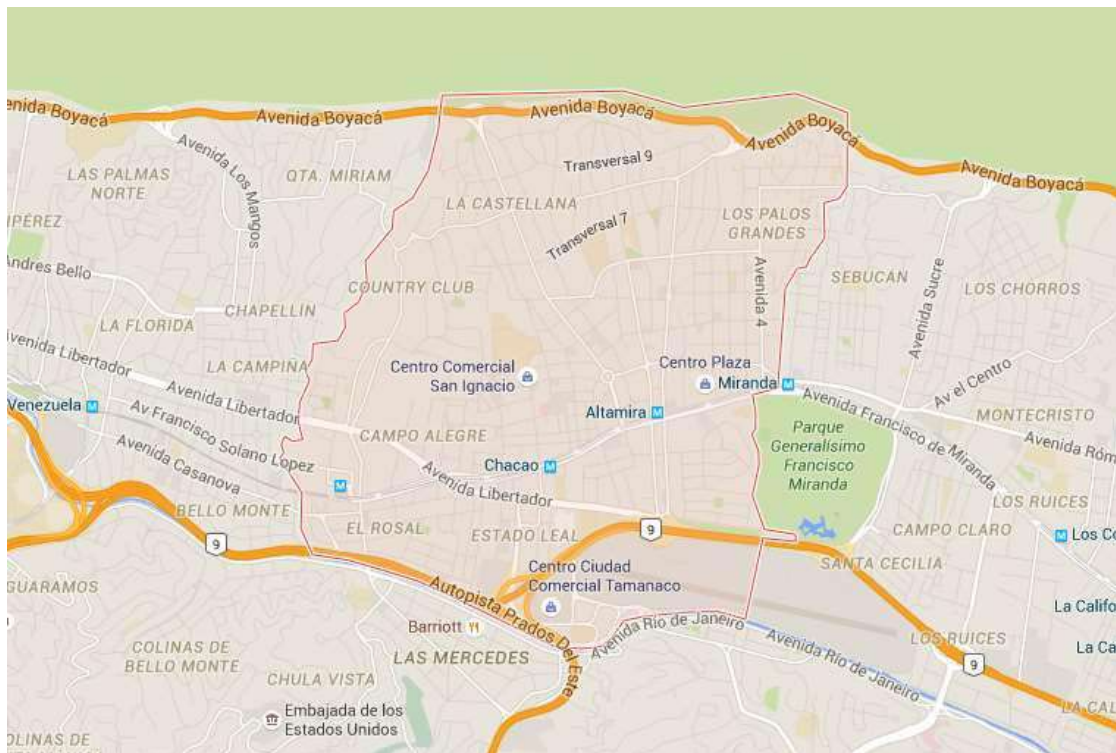
Este incluye una descripción del propósito del estudio, se basa en cómo, dónde y quién recolectó la información, lo cual implica revisar la información, identificar vínculos y temas comunes, organizar los hechos y presentarlos como son, sin agregar comentarios acerca de su importancia. La segunda etapa consiste en establecer el significado de los resultados y que tan significativos son en su contexto, es decir la interpretación de los resultados que permiten la posterior evaluación.

CAPITULO IV. MARCO REFERENCIAL

“SABORJALU” en el Municipio Chacao:

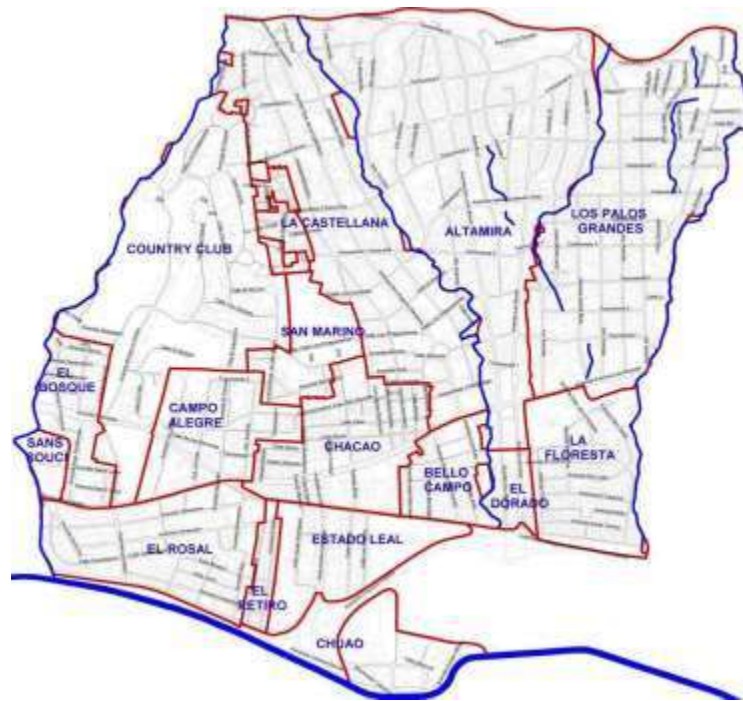
Microempresa “SABORJALU” estará ubicada en el **MUNICIPIO CHACAO, CARACAS–VENEZUELA**, específicamente en la 3era Transversal de la Urb. Los Palos Grandes, es un emprendimiento el cual se empezó a desarrollar en el año 2014 con la intención de incursionar en el mercado alimenticio y servicios de catering ofreciendo productos gourmet con altos estándares de calidad.

Figura N° 1. Delimitación geográfica del Municipio Chacao.



Fuente: <https://www.google.co.ve/maps/place/Chacao>

Figura N° 2. Mapa del Municipio Chacao.



Fuente: <http://gelvez.com.ve/fotos/municipio-chacao/1880176.html>

Tabla N° 2. Ficha técnica del Municipio Chacao.

Ficha técnica del Municipio Chacao	
País al que pertenece Estado	Venezuela - Miranda
Área metropolitana	Caracas
Gentilicio	Chacaoense, Caraqueño
Alcalde	Ramón Muchacho
Superficie	13 km ²
Clima	10°-30°
Población aprox: "Año 2011, XIV CENSO NACIONAL DE POBLACIÓN Y VIVIENDA Resultados por Entidad Federal y Municipio del Estado"	71,411 hab.(2011)
Densidad	5.493 hab/km ²
Límites territoriales: Norte	Estado: Varga
Sur	Municipio: Baruta
Este	Municipio: Sucre
Oeste	Municipio: Libertador

Fuente: <http://chacao.gob.ve/>

Distribución

Localidad ubicada en la ciudad de Caracas. Pertenece al área metropolitana siendo el más pequeño de los 5 municipios que la conforman. El municipio Chacao está conformado por solo una parroquia, de nombre homónimo. Por el rápido crecimiento económico, cultural y demográfico de esta entidad la misma empezó a formar parte de Caracas como municipio.

Historia

La historia de este municipio tiene inicio con la muerte del Cacique Chacao, quien entregó su vida en defensa de su pueblo ante los conquistadores españoles en 1567. Este sector debe su fundación a la inmigración de damnificados del terremoto de San Bernabé el 11 de junio de 1641, que dejó a Caracas en ruinas. Al fundarse la ciudad de Caracas, el Conquistador Diego de Losada incluye en su jurisdicción a Chacao.

La población de Chacao creció mucho durante el siglo XVIII, Por eso, los pobladores se reunieron para solicitar la conformación de una parroquia. En febrero de 1864, el general Juan Crisóstomo Falcón convocó una Asamblea Nacional Constituyente y reorganizó el estado Caracas, denominándolo Distrito Federal, que quedó constituido por tres departamentos. Uno de esos departamentos era Libertador, donde Chacao figuraba como parroquia civil foránea.

Esta situación se mantuvo hasta noviembre de 1880, cuando el General Antonio Guzmán Blanco incorporó a Chacao como municipio foráneo del Distrito Urbaneja del estado Bolívar, distrito que en septiembre de 1881 pasó a llamarse Distrito Sucre del estado Miranda, conformado por los municipios foráneos: Baruta, El Hatillo y Chacao, teniendo a Petare como capital.

El 13 de noviembre de 1991, por petición de una reunión promocional, la Asamblea Legislativa del estado Miranda le concede la autonomía a Chacao con la ley de creación del municipio, publicada en Gaceta de Miranda, el 17 de enero de 1992.

En diciembre de 1992 se celebran las primeras elecciones directas para escoger las autoridades del municipio como ente autónomo.

Fuente: Alcaldía de Chacao: Historia de Chacao
[<http://chacao.gob.ve/?municipio=994-historia-de-chacao>]

Economía

La economía de esta localidad se fomenta principalmente en el sector de servicios, siendo uno de los municipios con más comercios, centros comerciales más importante de la ciudad y entidades bancarias de gran renombre. Chacao es junto con Baruta y Los Salias uno de los municipios más ricos de Venezuela con un índice de pobreza de apenas el 8,69%.

Fuente: *“Año 2011, XIV CENSO NACIONAL DE POBLACIÓN Y VIVIENDA Resultados por Entidad Federal y Municipio del Estado”*

Población

El municipio tiene una población de 71.411 habitantes, lo que representa una densidad de 55.493 hab. /km². Según el INE (Instituto Nacional de Estadísticas 2011) “Año 2010, XIV CENSO NACIONAL DE POBLACIÓN Y VIVIENDA Resultados por Entidad Federal y Municipio del Estado”, ubicándose en el cuarto lugar dentro de los municipios que conforman el área metropolitana de Caracas, siendo uno de los más densamente poblados del Distrito Metropolitano de Caracas.

Entre las localidades que conforman este municipio se encuentran: Altamira, Los Palos Grandes, La Castellana, Bello Campo, Chacaíto, Chuao, Campo Alegre, El Rosal, La Floresta y el Country Club.

Transporte

Chacao es un municipio en el cual se encuentran muchas avenidas y autopistas de gran importancia, como por ejemplo las avenidas Francisco de Miranda y Libertador. Las cuales son una de las principales arterias viales del municipio y que conectan

con las dos vías principales de la ciudad como lo son la autopista Francisco Fajardo y la Boyacá.

Posee varios medios de transporte los cuales le dan accesibilidad al municipio como lo son la línea 1 del metro de Caracas con las estaciones: Chacaíto, Altamira y Parque Miranda que, cruzan el municipio de este a oeste, también se cuenta con el sistema de metrobús que cuenta con varias rutas que comunican con los municipios vecinos de Baruta y El Hatillo. Además, posee un servicio interno llamado Transchacao que inicio operaciones a finales de 2008.

Gobierno

El municipio Chacao es un entidad autónoma, sus ciudadanos eligen cada 4 años un alcalde que es la máxima autoridad civil en la jurisdicción y cabeza del ejecutivo municipal, el alcalde puede ser reelecto para nuevos períodos de 4 años y revocado a mitad de su periodo, y es asistido por un gabinete de directores (Dirección de Deportes, Educación, Salud, etc.), a su vez posee organismos autónomos (como Polichacao) y fundaciones propias (como la Fundación Cultural Chacao), el poder legislativo lo forma el concejo municipal cuyos integrantes son electos cada 4 años de igual forma, estos aprueban ordenanzas de obligatorio cumplimiento en el municipio y son los encargados de supervisar la gestión del alcalde. El actual alcalde es Ramón Muchacho del partido opositor Primero Justicia electo en 2014 para el periodo que concluye en 2018.

Fuente: Alcaldía de Chacao: Alcaldía y Estructura:
[<http://chacao.gob.ve/?alcaldia=1-nuestro-plan#mision>]

Clima

Chacao cuenta con un clima Intertropical de Altura debido a su posición geográfica y altura, alrededor de los 1.000 m.s.n.m.; su temperatura mínima anual está al orden de los 18°C siendo Enero y Febrero los meses más fríos con temperaturas de hasta 12°C por la madrugada y la máxima media anual es de aproximadamente 27°C, los

meses más calientes son abril y mayo, cuando se pueden alcanzar los 34°C.

Este municipio cuenta con la ventaja de estar rodeado el Pico Ávila, ubicado a más de 2.100 m., y que conforma parte del Parque Nacional El Ávila, donde la temperatura media anual ronda los 15°C registrándose hasta 5°C en la temporada seca y 25°C en la lluviosa.

Fuente: Climatología: [<http://www.inameh.gob.ve/bvirtual.php>]

Comidas típicas

Entre las comidas típicas del municipio según su cultura se encuentran: Los platos típicos como: Sancocho, comida típica almojábanas, mantecadas, arepas, morcón, morcillas, olleta, hallacas, bollos de guicho de corazón de fríjol, bollos pelones, pepitoria, queso mantequilloso, cuajada, mojicón, mogolla, mandocas, queso de cabeza, pasteles de yuca y de harina, mute o mondongo, ajiaco o pira, kurrungo de maíz, tajadas de plátano frito, tostones, pizca, caldo con huevo, sopa de arveja verde o amarilla, chicharrones, arepa de maíz pilado, empanadas, chorizos, chinchurrias, kurrungo mazamorra de trigo, ajiaco, hervido de res, arvejas, cachapas de budare, bollos de maíz tierno, bollitos de corazón, entre otros esta variedad en la gastronomía se debe a la amplitud de culturas que se encuentra en esta entidad en la cual convergen distintos estilos, modalidades, nacionalidades y variedad en los habitantes de la misma.

CAPITULO V. ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado se fundamentó en la posibilidad de ingresar al mercado de entremeses para festejos orientado al estilo gourmet, por tal motivo es de alta relevancia conocer la aceptación del servicio ofrecido en el Municipio Chacao, evidenciando así su factibilidad desde la óptica del marketing. Para ello fueron estudiados los siguientes puntos:

Definición del producto

“SABORJALU” ofrece una amplia variedad de entremeses gourmet, dulces y saladas, seleccionadas e incorporadas al menú después de realizar un sondeo de posicionamiento en el mercado y degustaciones ofrecidas por parte de la empresa.

El menú se detalla a continuación:

- Entremeses dulces horneados.
- Entremeses dulces fríos.
- Dulces variados.
- Entremeses salados calientes.
- Entremeses salados fríos.

Además de ofrecer a su distinguida clientela productos de alta calidad, “SABORJALU” ofrecerá una atención destacada. Los entremeses ofrecidos en el menú, se destacan por su presentación limpia, delicada y elegante, con sabores variados y aromas agradables que despiertan el apetito del consumidor.

Análisis de precios de los productos

Una vez realizada la compilación de la información referente a los porcentajes de gastos, costos y utilidad, de todos los entremeses sugeridos en el menú “SABORJALU”, se procede a presentar las tablas referenciales con los estimados de costos para cada entremés. El análisis de los costos se realizó tomando como cantidad base 25 unidades por entremés y las ventas realizadas en los últimos 18 meses (Ver tabla N° 3 al N° 7).

Tabla Nº 3. Precios Unitarios de Entremeses Dulces Horneados.

Producto	Adicionales	P/ U BsF	Total BsF
MiniCupcakes de vainilla	Capacillos No. 6, Bandeja, Papel Celofán, Cinta adhesiva	170	4250
MiniCupcakes de Chocolate		170	4250
MiniCupcakes marmoleados		170	4250
MiniCupcakes RedVelvet		180	4500
MiniCupcakes de Zanahoria		170	4250
MiniCupcakes arcoíris		180	4500
MiniCupcakes de Limón		170	4250
MiniCupcakes Chocobanana		180	4500
MiniCupcakes Banana-nuez		180	4500
MiniCupcakes Pasas-Almendras		180	4500
Brownie		170	4250
Brownie con nueces		180	4500
Galletas decoradas		Bandeja, Papel Celofán, Cinta adhesiva	120
Macarons	120		3000
Suspiros	120		3000

Fuente: Elaborado con datos de Fecha: 10-02-2016

Tabla Nº 4. Precios Unitarios de Entremeses Dulces Fríos

Producto	Adicionales	P/ U BsF	Total BsF
Minishots Pie de Limón	Minishots acrílicos 2 onzas, Cucharitas, Bandeja, Papel celofán, Cinta adhesiva.	350	8750
Minishots Pie de Parchita		350	8750
Minishots Marquesa de Chocolate		350	8750
Minishots Tres Leches		350	8750
Minishots Tiramisú		350	8750
Minishots Mousse de Fresa		350	8750
Minishots Mousse de Chocolate		350	8750
Minishots de Chessecake de Fresa		350	8750
Minishots de Chessecake de Melocotón		350	8750
Minishots de Chessecake de Arequipe		350	8750
Minishots RedVelvet		360	9000
Minishots Tres leches de Brownie		350	8750
Minishots Marquesa de Oreo		350	8750
Minishots Marquesa Cri-Cri		350	8750
Gelatinas Multicolor		350	8750
Quesillo	Cucharas para postre, Bandeja redonda.	250	6250

Fuente: Elaborado con datos de Fecha: 10-02-2016

Tabla Nº 5. Precios Unitarios de Dulces Variados.

Producto	Adicionales	P/ U BsF	Total BsF
Oreo Pops	Baritas de plástico, Bandeja, Papel celofán, Cinta adhesiva	330	8250
Pop cake		330	8250
Cakepops de Brownie		330	8250
Marshmallow Pops	Palitos de Altura, Bandeja, Papel celofán, Cinta adhesiva	330	8250
Chocopiñas Pops		330	8250
Brochetas de frutas decoradas			
Chocofresas	Capacillos, Bandeja, Papel celofán, Cinta adhesiva	330	8250
Tartaletas de choco maní		330	8250
Tartaletas de Almendrarequipe		330	8250
Trufas de chocolate		330	8250
Chocoplantillas	Bandeja, Papel celofán, Cinta adhesiva	310	7750
Alfajores			

Fuente: Elaborado con datos de Fecha: 10-02-2016

Tabla Nº 6. Precios Unitarios de Entremeses Salados Calientes

Producto	Adicionales	P/ U BsF	Total BsF
Salchitocinetas con papelón	Mondadientes, Bandeja, Papel celofán, Cinta adhesiva	290	7250
Bolitas de Carne con centro de queso		290	7250
Bolitas de Pollo con centro de maní		290	7250
Bolitas de queso		290	7250
Miñonetas de Pollo		290	7250
Miñonetas de Carne		290	7250
Dátiles con tocinetas		290	7250
Ciruelas pasas en tocineta		290	7250
Dados de queso a la milanesa		290	7250
Champiñones rellenos		260	6500
Pinchos de Pollo	Palitos de altura, Bandeja, Papel celofán, Cinta adhesiva	300	7500
Pinchos de Carne		300	7500
Pinchos mixtos		300	7500
Arepitas mixtas	Capacillos, Bandeja, Papel celofán, Cinta adhesiva	270	6750
Miniarepitas simples		250	6250
Mini cachapas con queso		250	6250
Mini patacones		270	6750

Fuente: Elaborado con datos de Fecha: 10-02-2016

Tabla N° 7. Precios Unitarios de Entremeses Salados Fríos.

Producto	Adicionales	P/ U BsF	Total BsF
Mini ceviches de pescado	Minishots acrílicos 2 onzas, Cucharitas, Bandeja, Papel Celofán, Cinta adhesiva.	260	6500
Mini ceviches vegetariano		470	11750
Mini salpicón de champiñones		350	8750
Tomates Cherrys rellenos	Capacillos, Bandeja, Papel celofán, Cinta adhesiva	350	8750
Minitartaletas rellenas		250	6250
Miniensaladas Capresas	Capacillos, Mondadientes, Bandeja, Papel celofán, Cinta adhesiva	250	6250
Canapés rellenos	Mondadientes, Bandeja, Papel celofán, Cinta adhesiva	220	5500
Minitortillas españolas		270	6750
Huevos de Codorniz		4.500	
Serpentinas de jamón y queso rellenas		300	7500
Cesta vegetariana	Bandeja, Papel celofán, Cinta adhesiva	5.500	
Bandeja de embutidos		12.000	

Fuente: Elaborado con datos de Fecha: 10-02-2016

Resultados del Estudio de Mercado

La población encuestada es en su mayoría adultos-jóvenes, profesionales y comerciantes. Para la ejecución de la encuesta se convocó una población de 135 personas, respondiendo a esta un total de 66 personas lo que representa un 48.88 % de participación.

La encuesta fue elaborada en agosto de 2015, sometida a corrección en Noviembre de 2015 y aplicada a la población en Diciembre de 2015, esta encuesta se transmitió a través de vía digital por los medios de correo electrónico y la red social Facebook, la mayor cantidad de encuestas respondidas recibidas, fueron las enviadas por correo electrónico.

A continuación se mencionan los aspectos más destacados obtenidos en la aplicación de la encuesta a la población antes mencionada.

- El 53.0% de la población encuestada está comprendida entre 26 y 35 años.
- El 66.7% de la población encuestada son mujeres.

- El 92.4% de la población encuestada le agrada la comida gourmet y ha tenido la oportunidad de degustarla en algún festejo.
- El 68.2% de la población encuestada prefiere las entremeses saladas
- El 51.5% de la población encuestada afirma conocer otra empresa que preste un servicio similar.
- El 72.7% tiene una excelente opinión acerca de la creación de una empresa que vaya orientada al servicio de entremeses gourmet para festejos, esto es indicativo de que podría tener una buena aceptación.
- El 92.4% de la población encuestada manifestó estar dispuesto a usar el servicio de entremeses gourmet.
- El 81.50% de la población encuestada, prefiere que la adquisición de nuestros productos sea a través del servicio a domicilio, lo que indica que se debe disponer de vehículos para realizar dichos traslados.
- El 92.30% de la población encuestada opta por realizar los pagos a través de transferencias bancarias, lo que implica la apertura de una cuenta bancaria para la recepción de los pagos.

El municipio Chacao tiene una población de 71.411 habitantes, siendo este el objetivo para la ejecución del proyecto. En función de los resultados obtenidos a través de la encuesta realizada, se puede concluir que existe un mercado a través de las siguientes estimaciones:

- Pueden 65.984 personas, agradecerle la comida gourmet.
- Pueden 38.919 personas no haber tenido la oportunidad de contratar un servicio de entremeses gourmet, lo que representa una oportunidad para que la empresa se dé a conocer.
- Podrían 34.634 personas, no conocer de otra empresa que preste un servicio similar al ofrecido y a su vez esta misma población indican que podrían contratar el servicio para festejos importantes como bodas.
- Pueden 51.916 personas mostrar una excelente aceptación con respecto a la creación de un servicio orientado a la venta de entremeses gourmet.
- Podrían 65.984 personas estar dispuestas a solicitar el servicio de entremeses

gourmet para la realización de un festejo.

- Podrían 58.200 personas, elegir un servicio a domicilio debido a la practicidad que esto representa para el cliente.

Con la información recopilada a través del estudio realizado y el alto porcentaje de asertividad obtenido, podemos determinar que se está ante un nicho orientado al éxito.

Figura N° 3.CANVAS (Entremeses Gourmet "SABORJALU")



Fuente: Adaptado CANVAS (2015)

Análisis de la Demanda

Se fundamentó en las 5 Fuerzas de Porter, siendo esta una herramienta estratégica que permite estudiar el nivel de competencia y rivalidad de una empresa en el mercado, permitiendo así el desarrollo de una estrategia de negocio y a su vez determinar cuan atractiva puede llegar a ser, en relación a las oportunidades de inversión y rentabilidad.

Tabla N° 8. Formato de las 5 fuerzas de Porter

Formato de las 5 Fuerzas de Porter				
1. Amenazas de posibles entrantes				
Interrogantes	Si (+)	Medio	No (-)	Notas
1. ¿Las grandes empresas tienen una ventaja en costo o desempeño?	x			
2. ¿Hay diferencias en patentes en los productos de la industria?	x			
3. ¿Hay identidades establecidas de marca en su industria?	x			
4. ¿Sus clientes incurren en costos significativos si cambian de proveedores?		x		
5. ¿Es necesario mucho capital para entrar la industria?	x			
6. ¿Hay dificultad en el acceso a canales de distribución?			x	
7. ¿Hay curva de aprendizaje?	x			
8. ¿Hay dificultad en acceder a gente capacitada, materiales o insumos?		x		
9. ¿Su producto o servicio tiene características únicas que le den altos estándares de calidad?	x			
10. ¿Hay licencias, seguros o estándares difíciles de obtener?	x			
11. ¿Enfrenta el nuevo entrante la posibilidad de Contra ataque por parte de las empresas establecidas?	x			
2. Poder de negociación de los consumidores				
Interrogantes	Si (+)	Medio	No (-)	Notas
1. ¿Hay una gran cantidad de compradores relativo al número de firmas en el negocio?	x			
2. ¿Usted tiene una gran cantidad de clientes, cada uno con las compras relativamente pequeñas?	x			
3. ¿El cliente hace frente a un costo significativo si cambia de proveedor?		x		
4. ¿El comprador necesita mucha información importante?		x		
5. ¿Puede el cliente integrarse hacia atrás?	x			
6. ¿Sus clientes son muy sensibles al precio?	x			
7. ¿Su producto es único en un cierto grado o tiene una marca reconocida?		x		
8. ¿Son los negocios de sus clientes lucrativos?	x			

3. Amenazas de posibles sustitutos				
Interrogantes	Si (+)	Medio	No (-)	Notas
1. Los sustitutos tienen limitaciones de desempeño que no compensan la calidad del producto.		x		
2. El cliente incurre en costos al cambiar a un sustituto (<i>switching costs</i>).		x		
3. Su cliente tiene un sustituto verdadero.		x		
4. Es probable que su cliente cambie a un sustituto.		x		
4. Poder de negociación de los proveedores				
Interrogantes	Si (+)	Medio	No (-)	Notas
1. Mis insumos (materiales, trabajo, provisiones, servicios, etc.) son estándares más que únicos o diferenciados.			x	
2. Es barato y rápido cambiar entre proveedores.		x		
3. Mis proveedores encuentran difícil entrar a mi negocio (integración hacia adelante).			x	
4. Puedo cambiar los insumos realmente.		x		
5. Tengo muchos proveedores potenciales.	x			
6. Mi negocio es importante para mis proveedores.	x			
7. Mis costos de insumos tienen influencia significativa en mis costos totales.	x			
5. Rivalidad entre competidores existentes				
Interrogantes	Si (+)	Medio	No (-)	Notas
1. La industria está creciendo rápidamente.	x			
2. La industria es cíclica con capacidad excesiva intermitente	x			
3. Los costos fijos son una porción relativamente baja del costo total.		x		
4. Hay diferencias significativas del producto e identidades de marca entre los competidores.		x		
5. Los competidores están diversificados más que concentrados en algún producto.	x			
6. Es difícil salir de la industria porque no hay habilidades especializadas, instalaciones o contratos de largo plazo.			x	
7. Mis clientes incurren en un costo significativo al cambiar a un competidor.		x		
8. Mi producto es complejo y se requiere una comprensión detallada de parte de mi cliente.			x	
9. Todos mis competidores son de aproximadamente el mismo tamaño que mi empresa.			x	
Barreras a la entrada altas = + (favorable a la atractividad de la industria) Barreras a la entrada bajas = - (desfavorable a la atractividad de la industria)				

Fuente: Obtenido de la participación del Focusgroup

La obtención de los resultados y el análisis de los mismos, fueron recolectados mediante un Focusgroup de 5 personas, evidenciando los siguientes hallazgos:

Tabla N° 9. Análisis de resultados de las 5 fuerzas de Porter.

Evaluación Global de la empresa



1. Amenazas de posibles entrantes
MEDIO
2. Poder de negociación con los consumidores
ALTO
3. Amenazas de Posibles sustitutos
MEDIO
4. Poder de negociación de los proveedores
ALTO
5. Rivalidad entre competidores existentes
MEDIO

Fuente: Adaptado de Porter (2010)

Análisis Global de la Empresa

De la siguiente tabla se puede concluir que la participación de la empresa en el mercado en cuanto a la competitividad de posibles entrantes es media ya que el mercado gastronómico es muy amplio y cambiante y es una buena oportunidad para nuevos negocios y emprendimientos pero la gastronomía gourmet es más complicada en cuanto a elaboración presentación y calidad y su mercado es más reducido por ello la amenaza de posible competidores existe pero no es tan fuerte como por ejemplo el mundo de la comida rápida; de igual manera el poder de negociación con los consumidores es alto ya que la gastronomía gourmet es atractiva para una gran variedad de personas los cuales pueden ser clientes potenciales y también pueden formar parte del negocio, esta fuerza de Porter es importante ya que los consumidores es una de las piezas fundamentales para que este emprendimiento sea productivo, operativo, lucrativo, se posicione en el mercado y rentable a través del tiempo y que genere ganancias para los inversionistas. Otra fuerza de Porter analizada para este estudio fue la amenaza de posibles sustitos, la cual es media ya que en el mercado existen competidores los

cuales a nuestros clientes pueden parecerles más atractivos por muchos factores; costos, calidad, presentación, disponibilidad, variedad de productos entre otros por ello se debemos mantenernos actualizados y a la vanguardia de la comida gourmet para ofrecer producto con altos estándares de calidad y atractivos para nuestros clientes y que así esta amenaza sea menor y así poder afrontarla y corregirla; el poder de negociación de los proveedores esta fuerza para nuestra empresa es alta ya que contamos con diversos proveedores para nuestros materiales e insumos y los mismos son una pieza fundamental para la operatividad de “SABORJALU” ya que ellos nos proveen tanto la materias primas para la elaboración de los entremeses como los materiales de cocina necesarios para las labores diarias, por ende la negociación con ellos es constante y muy directa y debemos contar con varias opciones de proveedores para solventar cualquier falta de alguna materia prima o de algún ingrediente y así cubrir con las exigencias, pedidos y necesidades de nuestros clientes; por ultimo pero no menos importante la rivalidad entre los competidores existentes esta es media como lo fue la primera fuerza ya que al existir posibles competidores la rivalidad siempre existirá y más si los competidores se encuentra a la altura del mercado y siempre en la búsqueda de ofrecer mayores y mejores ofertas por lo mismo debemos siempre buscar mejoras para superar estas rivalidades, con este análisis de las 5 fuerzas de Porter podemos llegar a la conclusión de que a microempresa “SABORJALU” es favorable a la atractividad de la industria y se aconseja que la empresa controle estas fuerzas porque tienen un impacto directo sobre el negocio y, por ende, sobre la rentabilidad; y esto permitirá destacar cuáles son sus ventajas competitivas, convirtiéndolas en pilares para la estrategia corporativa.

Perfil FocusGroup

El FocusGroup que se implementó para este análisis de las 5 fuerzas de Porter estuvo conformado por 5 personas y un moderador el cual no permitía que el grupo se desviara del tema y fue el encargado de dosificar los temas y explicar el objetivo de la realización de este grupo, los integrantes de este grupo estuvieron

conformados por el chef de “SaborJalu”, un SousChef invitado de un reconocido restaurant llamado “El Asador” ubicado en Las Mercedes Caracas, Venezuela, 2 posibles clientes del municipio Chacao y uno de los gerentes de ventas de nuestros proveedores más cercanos y con más relación laboral, y el moderador fue el Gerente de la microempresa “SaborJalu” el cual en todo momento debió mantener de manera obligatoria una posición neutral, absteniéndose de opinar sobre los contenidos de la discusión.

CAPITULO VI. ESTUDIO TÉCNICO

Cuando se cuenta con todos los factores de producción, se puede empezar a planificar la producción. La demanda real o potencial es la que debe dar la clave para calcular este proceso de producción, que dependerá en parte de la cantidad de producto que se considere necesario o conveniente lanzar al mercado. De ahí la importancia de la demanda. Un buen proceso de producción es como un calendario productivo que nos facilitará el trabajo a corto y medio plazo. Una técnica para que resulte más fácil calcular las fases del proceso de producción es comenzar de atrás hacia adelante, es decir, analizar punto por punto desde el momento en el que el producto llega al mercado. En el proceso de producción se tendrá que calcular los tiempos necesarios para cada fase y planificarlo adecuadamente para satisfacer las necesidades de los clientes, atendiendo siempre al ya mencionado pronóstico de demanda.

La importancia de tener bien planificado el proceso de producción radica en el hecho de que la empresa puede así lograr algunos objetivos como, por ejemplo, aumentar el nivel de satisfacción del cliente, si el producto llega en el momento esperado y necesario, aprovechar al máximo los equipos y el capital fijo, minimizar los cambios en los ciclos de producción, así como los cambios de personal o la inversión destinada a los inventarios. Si los factores de producción están bien calculados, no sobrarán ni faltarán durante el proceso de producción.

Los estimados se realizaron con datos obtenidos de los últimos 18 meses de producción y se presentan a continuación en la siguiente tabla:

Tabla N° 10. Estimados de producción para entremeses dulces horneados.

ENTREMESES DULCES HORNEADOS			
Producto	Adicionales	Min / Und	Max / Und
MiniCupcakes de vainilla	Capacillos No. 6, Bandeja, Papel Celofán, Cinta adhesiva	25	100
MiniCupcakes de Chocolate		25	100
MiniCupcakes marmoleados		25	100
MiniCupcakes RedVelvet		25	100
MiniCupcakes de Zanahoria		25	100
MiniCupcakes arcoíris		25	100
MiniCupcakes de Limón		25	100
MiniCupcakes Chocobanana		25	100
MiniCupcakes Banana-nuez		25	100
MiniCupcakes Pasas-Almendras		25	100
Brownie		25	120
Brownie con nueces		25	120
Galletas decoradas	Bandeja, Papel Celofán, Cinta adhesiva	25	200
Macarons		25	200
Suspiros		25	200

Fuente: Cálculos elaborados por las investigadoras

Receta Minicupcake de Vainilla

Ingredientes (25 Unidades)

- 300 g de azúcar
- 300 g de mantequilla a temperatura ambiente
- 5 huevos
- 2 cucharadas soperas de extracto de vainilla
- 300 g de harina de trigo leudante
- 2 cucharaditas de polvo para hornear
- 6 cucharadas soperas de leche en polvo

Preparación:

Precalentar el horno a 180°C. Preparar el molde con los capacillos. Mezclar el azúcar con la mantequilla hasta que esté cremosa. Añadir los huevos ligeramente batidos y el extracto de vainilla. Añadir la harina y la levadura y por último la leche. Repartir en los moldes. Los capacillos deben llenarse entre la mitad y 2/3 de su

capacidad. Introducir en el horno durante 20 minutos aproximadamente. Dejar reposar por 5 min y posteriormente retirar del molde. Decoración a convenir.

Figura N° 4. Minicupcake de Vainilla.



Tabla N° 11. Estimados de producción para entremeses dulces fríos

ENTREMESES DULCES FRIOS			
Producto	Adicionales	Min / Und	Max / Und
Minishots Pie de Limón	Minishot acrílicos 2 onzas, Cucharitas, Bandeja, Papel celofán, Cinta adhesiva.	25	100
Minishots Pie de Parchita		25	100
Minishots Marquesa de Chocolate		25	100
Minishots Tres Leches		25	100
Minishots Tiramisú		25	100
Minishots Mousse de Fresa		25	100
Minishots Mousse de Chocolate		25	100
Minishots de Chessecake de Fresa		25	100
Minishots de Chessecake de Melocotón		25	100
Minishots de Chessecake de Arequipe		25	100
Minishots RedVelvet		25	100
Minishots Tres leches de Brownie		25	100
Minishots Marquesa de Oreo		25	100
Minishots Marquesa Cri-Cri		25	100
Gelatinas Multicolor		25	50
Quesillo	Cucharas para postre, Bandeja redonda.	25	50

Fuente: Cálculos elaborados por las investigadoras

Receta Minishots Pie de Limón

Ingredientes (25 Unidades)

- 1 Paquete de Galletas María
- 250 gr de queso crema
- 1 Lata de leche condensada
- ½ Taza de jugo de limón

Merengue:

- 6 Claras de huevo
- 2 Tazas de azúcar

Preparación:

Batir el queso crema hasta que quede cremoso, agregar la leche condensada, el jugo de limón. En otro envase triturar las galletas hasta que queden pulverizadas. Se colocan las claras en un recipiente, se baten hasta que estén consistentes agregándole el azúcar lentamente hasta lograr punto de nieve. Proceder a envasar, se coloca una base de polvo de galleta, posteriormente la mezcla preparada de pie de limón. Para la decoración se coloca un pico del merengue preparado y ralladura de limón

Figura N° 5. Minishots Pie de Limón



Tabla N° 12. Estimados de producción para dulces varios.

DULCES VARIOS			
Producto	Adicionales	Min / Und	Max / Und
Oreo pops	Baritas de plástico, Bandeja, Papel celofán, Cinta adhesiva	25	50
Pop cake		25	50
Cakepops de brownie		25	50
Marshmallow pops	Palitos de Altura, Bandeja, Papel celofán, Cinta adhesiva	25	50
Chocopiñas Pops		25	50
Brochetas de frutas decoradas		25	50
Chocofresas	Capacillos, Bandeja, Papel celofán, Cinta adhesiva	25	60
Tartaletas de chocomani		25	50
Tartaletas de Almendrarequipe		25	50
Trufas de chocolate		25	60
Chocoplantillas	Bandeja, Papel celofán, Cinta adhesiva	25	40
Alfajores		25	60

Fuente: Cálculos elaborados por las investigadoras

Receta Oreo Pops

Ingredientes (25 Unidades)

- 25 galletas oreos
- 175 g de chocolate para postres
- Decoración al gusto (Maní, chispas de colores, coco, chocolate blanco)

Preparación:

Separar las capas de las galletas con mucho cuidado. Intentar que el relleno quede siempre en un lado de la galleta. Derretir chocolate en baño maría y reservar. Con un palillo de altura, hacer una "huella" en el relleno de la galleta. Luego sumergir la parte superior del palillo de altura en el chocolate y verter un poco en la galleta. A continuación colocar el palillo de altura en la huella realizada con anterioridad. Unir las dos partes nuevamente, y dejar secar para que, al endurecer el chocolate, quede bien fijado el palillo en la galleta. Cubrir las galletas en chocolate en su totalidad y posteriormente decorar al gusto.

Figura N° 6. Oreo Pops decoradas



Tabla N° 13. Estimados de producción para entremeses salados calientes.

ENTREMESES SALADOS CALIENTES				
Producto	Adicionales	Min / Und	Max / Und	
Salchitocinetas con papelón	Mondadientes, Bandeja, Papel celofán, Cinta adhesiva	25	3150	
Bolitas de Carne con centro de queso		25	200	
Bolitas de Pollo con centro de maní		25	200	
Bolitas de queso		25	200	
Miñonetas de Pollo		25	150	
Miñonetas de Carne		25	150	
Dátiles con tocinetas		25	150	
Ciruelas pasas en tocineta		25	150	
Dados de queso a la milanesa		25	200	
Champiñones rellenos		25	150	
Pinchos de Pollo		Palitos de altura,	25	150
Pinchos de Carne		Bandeja, Papel	25	150
Pinchos mixtos		celofán, Cinta adhesiva	25	150
Arepitas mixtas	Capacillos,	25	200	
Miniarepitas simples		25	200	
Cachapitas con queso	Bandeja, Papel	25	200	
Minipatacones	celofán, Cinta adhesiva	25	200	

Fuente: Cálculos elaborados por las investigadoras

Receta Salchitocinetas con papelón

Ingredientes (25 Unidades)

- 13 salchichas
- 600 g de Tocineta
- 100 g de papelón
- Romero

Preparación:

Picar las salchichas por la mitad y colocarlas a hervor, dejarlas reposar y cubrirlas con tocineta, colocarle un mondadientes para sujetarlas, colocarlas en una bandeja y aderezar con romero, hornear por aproximadamente 20 min. Reposar en un envase con papel absorbente para descartar el exceso de grasa. Servir en bandeja y glasear con papelón.

Figura N° 7. Salchitocinetas con papelón



Tabla N° 14. Estimados de producción para entremeses salados fríos

ENTREMESES SALADOS FRIOS			
Producto	Adicionales	Min / Und	Max / Und
Miniensalada Capresa	Capacillos, Mondadientes, Bandeja, Papel celofán, Cinta adhesiva	25	100
Mini ceviches de pescado	Minishots acrílicos 2 onzas, Cucharitas, Bandeja, Papel celofán, Cinta adhesiva.	25	100
Mini ceviches vegetariano		25	100
Mini salpicón de champiñones		25	100
Tomates Cherrys rellenos	Capacillos, Bandeja, Papel celofán, Cinta adhesiva	25	150
Minitartaletas rellenas		25	50
Canapés rellenos	Mondadientes, Bandeja, Papel celofán, Cinta adhesiva	25	200
Minitortillas españolas		25	200
Huevos de Codorniz		25	100
Serpentinas de jamón y queso rellenas		25	100
Cesta vegetariana	Bandeja, Papel celofán, Cinta adhesiva	A convenir	
Bandeja de embutidos		A convenir	

Fuente: Cálculos elaborados por las investigadoras

Receta Miniensalada Capresa

Ingredientes (25 Unidades):

- 25 Tomates Cherrys
- 500 g de queso mozzarella
- 200 g de Albahaca
- Aceite de Oliva
- Ajo
- Maní
- Sal

Preparación:

Salsa Pesto: Colocar las hojas de albahaca en la licuadora, con el aceite de oliva, el ajo, el toque de sal y el maní, licuar hasta lograr una crema homogénea y espesa. Lavar y cortar a la mitad los tomates Cherrys, sacar las semillas. Cortar trozos de queso mozzarella de tamaño acorde al tomate, colocarlo dentro de él, untarle salsa pesto y decorar con una hoja de albahaca.

Figura N° 8. Miniensalada Capresa



Proceso general:

A continuación se desarrolla los procesos relacionados a la cadena de valor de servicio implantado en “SABORJALU”

Tabla N° 15. Flujograma de la cadena de valor.

Pronostico de Demanda	En esta etapa se realiza un estudio previo de lo que sucederá con las ventas de los productos existentes, determinando el pronóstico de la demanda tomando en cuenta las entradas de ventas y mercadeo, finanzas y producción.
Gestión de inventarios	Se procede a realizar a organizar, planificar y controlar todos los recursos y artículos usados por la empresa (Materia prima, partes componentes, suministros, etc.). Esto permitirá verificar en que momento hacer los pedidos y que cantidad adquirir.
Gestión de Compras	En esta fase se evalúan y seleccionan los proveedores para abastecer los mejores productos y servicios, a un valor conveniente. Esto permite reducir los costos y aumentar los márgenes de beneficio.
Almacenamiento	Una vez recepcionada la mercancía se procede a clasificarla. Productos refrigerados (Perecederos) y almacenamiento en seco (No perecederos), a su vez se reposicionan aquellos productos con pronta fecha de vencimiento.
Solicitud del Cliente	El cliente contacta a “SABORJALU” por los diversos medios de contacto que ofrece la empresa, para realizar su pedido, concretar pedido, lugar y fecha de la entrega del servicio.
Preparación	De acuerdo a la solicitud realizada por el cliente, se procede a seleccionar los ingredientes y cantidades a usar en el pedido. Las preparaciones de los entremeses se realizan pronto a la fecha de entrega ya que estos deben estar frescos
Distribución	La distribución y el servicio a domicilio de los productos “SABORJALU” es un servicio que va destinado a la población del Municipio Chacao.
Transporte	Se realiza la elección del transporte de acuerdo a las características del servicio a entregar. Cantidad, temperatura de almacenamiento para su traslado y lugar de destino.
Servicio al Cliente	Se contacta previamente al cliente para notificar la entrega. El servicio se ejecuta media hora antes de la hora pautada por el cliente para evitar algún contratiempo.

Fuente: Elaborado por las investigadoras

Descripción de la localización

El punto de ubicación geográfica de la estructura se fundamentó en la evaluación de las siguientes características:

- Facilidad para el traslado del personal que laborara en las instalaciones
- Accesibilidad para el transporte de la materia prima
- Rutas de distribución de mercancía accesible

El local fue seleccionado y ambientado según los siguientes factores:

- Fácil acceso de la materia prima y equipamiento, mediante zona de carga y descarga.
- Comodidad para la distribución de los productos en el municipio.
- Facilidad de acceso para el equipo de trabajo mediante diversos medios de transporte.
- Conexión a servicios básicos como electricidad, agua, gas, telefonía e internet.
- El local posee una dimensión de aproximadamente 100 m², con características mínimas de inversión en acondicionamiento en las áreas que lo componen.
- Disponibilidad de estacionamiento para clientes.

Figura N° 9. Ubicación geográfica del establecimiento seleccionado.



Fuente: <https://www.google.co.ve/maps/place/3era+Transversal>

En base a los puntos antes mencionados, el local estará ubicado en el Municipio Chacao – Caracas, distribuido de la siguiente manera:

- Área de Cocina Fría: Esta área está diseñada para la preparación y montaje de los entremeses fríos.
- Área de Cocina Caliente: Espacio diseñado para la confección de los entremeses gourmet calientes.
- Área de Lavado: Espacio destinado para la limpieza de materias primas y lavado de utensilios.
- Almacén de Secos: Area destinada para el almacenamiento de materia prima seca, facilitando su proceso de almacenaje y uso.
- Área de Refrigeración: Espacio propuesto para la conservación de alimentos perecederos, mediante refrigeración o congelación.
- Comedor Interno: área disponible para la hora de descanso o alimentación de los colaboradores.

- Área Administrativa: Espacio común abierto, diseñado para la ejecución de las tareas administrativas de la empresa.
- Recepción de Materias primas: Área destinada para darle ingreso a la mercancía, de manera cómoda y segura.
- Área de Despacho: Espacio orientado para la salida de pedidos direccionados a los clientes.
- Cuarto de Faena: Área destinada para las faenas de limpieza del local.
- Baños: Posee 2 baños, uno para damas y otro para caballeros
- Huerto: Espacio diseñado para la sostenibilidad ambiental, permitiendo el cultivo de insumos propios.
- Estacionamiento: Posee 4 puestos de estacionamiento, para la comodidad de los clientes.
- Zona de desechos: Área destinada para la ubicación de desechos y desperdicios originados durante la jornada laboral diaria.

Tabla N° 16. Matriz de puntos de ubicación de locales “en venta” en el Municipio Chacao, Caracas.

Matriz de puntos de ubicación de locales “en venta” en el Municipio Chacao, Caracas.						
Fecha de consulta: 16/02/2016.						
Local	Localización	Descripción del Local	m ²	Costo de Venta BsF	Costo de Venta BsF/ m ²	Fuente
A	Municipio Chacao, límite norte de la Zona Comercial Urb. Los Palos Grandes	Posee patente de industria y comercio. Dos baños, 2 puestos de estacionamiento, santa Maria, ventanales, Sistema de prevención de incendios, líneas telefónicas	120	280.000.000	2.333.333	http://www.century21.com.ve/854420
B	Municipio Chacao, Urb. Los Palos Grandes, 2da Avenida.	Cercano a la estación del metro, A/A, Líneas Telefónicas, Rejas de seguridad, puestos de estacionamiento, Fácil acceso., 2 baños.	115	185.000.000	1.608.696	http://inmueble.mercadolibre.com.ve/MLV-457637924-local-en-venta-_JM
A	Municipio Chacao – Norte, Urb. Los Palos Grandes	Posee patente de industria y comercio, Cercano a la estación del metro, A/A, Líneas Telefónicas, Rejas de seguridad, Sistema de Prevención de Incendio, punto de venta.4 puestos de estacionamiento, Fácil acceso., 2 baños.	100	300.000.000	3.000.000	http://inmueble.mercadolibre.com.ve/MLV-443874522-locales-en-venta-_JM
	N/A	N/A	111,67	255.000.000	2.314.009,67	N/A

Fuente: Elaborado por las investigadoras

Para la realización de la matriz de puntos de ubicación del local, se ha realizado una búsqueda vía web, a través de diversos buscadores tales como www.mitula.com, www.tuinmueble.com, www.century21.com y www.mercadolibre.com, siendo estos dos últimos, los que se adecuan a las necesidades requeridas. Así mismo se conocieron los costos actuales, ubicación de locales o comercios cercanos a la zona de estudio y la identificación de la categoría de infraestructura a la que pertenece. Por consiguiente se sucedió a promediar el costo BsF/m² del local para obtener una cifra más real de metraje según la demanda estimada, para la creación de una microempresa con servicio a domicilio, orientada a la venta de entremeses gourmet para festejos. La evaluación y selección del lugar se realizó de acuerdo a las características mencionadas a continuación:

Tabla N° 17. Matriz de evaluación y selección del personal

Matriz de evaluación y selección del local.							
Local	LC	m ²	PIC	ET	PI	PV	Total
A	1	0	1	0	1	0	3
B	1	0	0	0	0	0	1
C	1	1	1	1	1	1	6

Leyenda:

LC: Localización

PIC: Patente de Industria y Comercio

ET: Estacionamiento

PI: Prevención de Incendios

PV: Punto de Venta

Calificación:

1: Cumple

0: No Cumple

Resultado: El local seleccionado es el C por el puntaje obtenido en la tabla N°17.

Fuente: Elaborado por las investigadoras

Infraestructura de servicio

Está integrada por todos aquellos servicios requeridos para la operatividad de “SABORJALU”, a continuación detallamos los servicios:

- Servicio de Infraestructura física
 - a) Agua
 - b) Electricidad
 - c) Gas
- Servicio de Infraestructura Tecnológica:
 - a) Internet
 - b) Telefonía fija
- Servicios de transporte y mensajería
 - a) Mensajería y encomiendas
 - b) Transporte de insumos y materia prima

Marco Legal:

Está integrado por todas aquellas regulaciones locales, regionales y nacionales que deben cumplirse para la activación de la empresa “SABORJALU” con servicio a domicilio orientada a la venta de entremeses gourmet para festejos en el Municipio Chacao, Caracas. A continuación se mencionan los requerimientos legales que se requieren:

- Creación y registro de la empresa (Código de Comercio, (1955) Título VII. De las Compañías de Comercio y de las Cuentas de Participación, Artículo 200)
- Sección I. Disposiciones Generales:
 - a) Solicitud de Nombre
 - b) Reserva de nombre o denominación social.
 - c) Creación del acta constitutiva de la empresa
 - d) Solicitud de registro fiscal
 - e) Inscripción en el INCES, IVSS.
 - f) Registro de marca y patente (SAPI)
 - g) Licencia de actividades económicas en el Municipio Chacao
- Sanitarias:

- a) Registro Sanitario (Establecimiento destinado a la producción fabricación de alimentos). (Ver Apéndice A)
- b) Certificado de salud.
- c) Curso de manipulación de alimentos de los empleados de cocina.
- d) Certificación de Control de Plagas.
 - Operativo:
 - a) Sistema Único de Registro (SUR).
 - b) Registro en el Instituto Venezolano de los Seguros Sociales.
 - c) Registro en el instituto de Capacitación Empresarial y Social (INCES)
 - Bomberos (Ver Apéndice C)
 - a) Revisión y aprobación del proyecto de remodelación.
 - b) Revisión de la edificación para certificación de operación correcta del sistema de detección y extinción de incendio.
 - Construcción:
 - a) Revisión y aprobación del proyecto de ampliación, reforma o instalación en locales existente.
 - b) Permiso de habitabilidad.

Mobiliarios y equipos

Los mobiliarios y equipos que integraran la empresa fueron seleccionados de acuerdo a la operatividad y practicidad requerida para la elaboración de los productos a comercializar, así como también del diseño, seguridad y tecnología necesaria dentro del local. A continuación se describen los mobiliarios y equipos:

Tabla N° 18. Mobiliarios y equipos de la empresa.

Mobiliario o Equipo	Cantidad	Precio Unitario BsF	Precio Total BsF
<u>Utensilios de Cocina</u>			
Cuchillo deshuesador	2	5.000	10.000
Cuchillo filetero	2	4.500	9.000
Cuchillo chef	2	10.000	20.000
Cuchillo sierra	2	4.500	9.000
Cuchillo para trinchar	2	3.000	6.000
Amoladores o chairas	2	9.900	19.800
Cuchillo pastelero	2	3.500	7.000
Cuchillo Puntilla	2	3.500	7.000

Mezzaluna	1	7.000	7.000
Espátulas	4	3.000	12.000
Pelador doble	2	4.000	8.000
Parisiense doble	2	5.000	10.000
Parisiense miniatura	2	2.800	5.600
Cucharon	3	5.000	15.000
Pinzas	3	6.000	18.000
Juego Paletas	1	5.000	5.000
Juego de vasos (6 Piezas)	1	5.000	5.000
Coladores	4	900	3.600
Exprimidores	2	5.690	11.380
Tazas Medidoras	1	2.800	2.800
Descorazonador	1	6.000	6.000
Cucharillas Medidoras	1	1.600	1.600
Recipientes plásticos	20	2.000	40.000
Tablas para picar	4	5.900	23.600
Juego de cubiertos	1	10.000	10.000
Batidor manual	3	4.700	14.100
Rallador	2	6.000	12.000
Tenedor parrillero	2	2.500	5.000
Envases Refractarios	4	10.000	40.000
Mortero	2	600	1.200
Mangas Pasteleras	10	2.000	20.000
Boquillas variadas	20	900	18.000
Cortadores Variados	15	1.100	16.500
Brochas	6	1.400	8.400
Rodillos Lisos y Texturizados	10	1.100	11.000
Pinceles	12	800	9.600
Alisadores	2	700	1.400
Quesillera	2	1.300	2.600
Torteras de varios tamaños y formas	12	3.000	36.000
Juego de Ollas (9 Piezas)	2	97.000	194.000
Sartenes (7 Piezas)	1	45.000	45.000
		Total:	707.180
<u>Equipos</u>			
Filtro purificador de agua	3	160.000	480.000
Parrilla de Hierro	1	80.000	80.000
Plancha de Hierro	1	110.000	110.000
Freidora	1	160.000	160.000
Cocina industrial	2	190.000	380.000
Horno	1	200.000	200.000
Licuadaora	2	32.000	64.000
Licuadaora de Mano	1	15.000	15.000
Batidora de Mano	2	12.000	24.000
Procesador de Alimentos	2	15.000	30.000
Batidora industrial	1	300.000	300.000
Nevera industrial	1	930.000	930.000

Microondas	1	80.000	80.000
Freezer (100 lts)	1	221.000	221.000
Aire Acondicionado 24000 btu	1	345.000	345.000
Aire Acondicionado 12000 btu	1	198.000	198.000
Campana Industrial	1	90.000	90.000
Total:			3.707.000
<u>Mobiliarios</u>			
Fregadores / Lavaplatos	1	142.000	142.000
Batea Lavamopa	1	9.700	9.700
Mueble Gabinete	2	43.000	86.000
Estantes de 1.20 x 0.40	6	16.000	96.000
Repisas	8	6.000	48.000
Lockers 4 Puertas	2	32.500	65.000
Escritorios	3	50.000	150.000
Sillas Ejecutivas	3	20.000	60.000
Silla de Visitantes	6	15.000	90.000
Silla para comedor	4	10.000	40.000
Mesa de Comedor	1	42.000	42.000
Depósitos industriales de desecho	2	18.000	36.000
Archivo	1	36.000	36.000
Arturitos	3	16.000	48.000
Caja fuerte	1	120.000	120.000
Pocetas	2	78.000	156.000
Lavamanos	2	22.000	44.000
Puertas	9	65.000	585.000
Total:			1.853.700
<u>Otros Mobiliarios</u>			
Carretilla Vertical de caucho	1	15.000	15.000
Puerta Santamaría	2	25.000	50.000
Carretilla de plataforma Horizontal	1	36.000	36.000
Mopa y carro de mopa	1	18.000	18.000
Papeleras	6	6.000	36.000
Cavas Plásticas grandes	4	50.000	200.000
Extintores	2	10.500	21.000
Tanque de Agua 3000 lts	1	75.000	75.000
Bomba de Agua 1.5HP	1	40.000	40.000
Total:			491.000
<u>Equipamiento tecnológico</u>			
Laptop	3	280.000	840.000
Central telefónica	1	90.000	90.000
Teléfonos	3	8.500	25.500
Servidor	1	400.000	400.000
Central de detección de incendios	1	70.000	70.000
Sistema de CCTV	1	230.000	230.000
Fotocopiadora multifuncional	1	140.000	140.000
Impresora pequeña	1	49.000	49.000
Total:			1.844.500

Equipo de Seguridad e Higiene del Personal			
Gabinete de Primeros Auxilio	1	42.000	42.000
Filipinas Manga Larga	9	10.000	90.000
Delantales	9	3.700	33.300
Pantalones	9	9.200	82.800
Gorros tipo hongo	9	4.000	36.000
Suecos de Goma Eva	6	8.600	51.600
Paños de Cocina	50	2.700	135.000
Gorros desechables (2.000 Und)	1	73.250	73.250
Guantes desechables (10.000 Und)	1	93.000	93.000
Tapabocas desechables (2.000 Und)	1	82.000	82.000
		Total:	718.950
Transportes			
Moto Bera 150 cc	1	300.000	300.000
Camión Iveco Daily Furgon	1	7.000.000	7.000.000
		Total:	7.300.000

Fuente: Elaborado con datos al 20/02/2016

Tabla N° 19. Resumen de precios

Mobiliario o Equipo	Precio BsF
Utensilios de Cocina	707.180
Equipos	3.707.000
Mobiliarios	1.853.700
Otros Mobiliarios	491.000
Equipamiento Tecnológico	1.844.500
Equipos de Seguridad e Higiene del Personal	718.950
Transportes	7.300.000
Total:	16.622.330

Fuente: Elaborado con datos al 20/02/2016

Materia prima

La cantidad de materia prima requerida para la elaboración de los entremeses gourmet varía según los pedidos solicitados por los clientes. La producción anual está determinada por la capacidad utilizada para cada año de proyección.

Para el cálculo de la Materia Prima se seleccionaron varios rubros de alimentos base y se estableció un 15% de producción anual para la compra de envases, acto seguido se calculó la materia prima necesaria para cada año de proyección. Dichos cálculos son presentados a continuación

Tabla Nº 20. Procura de Materia Prima

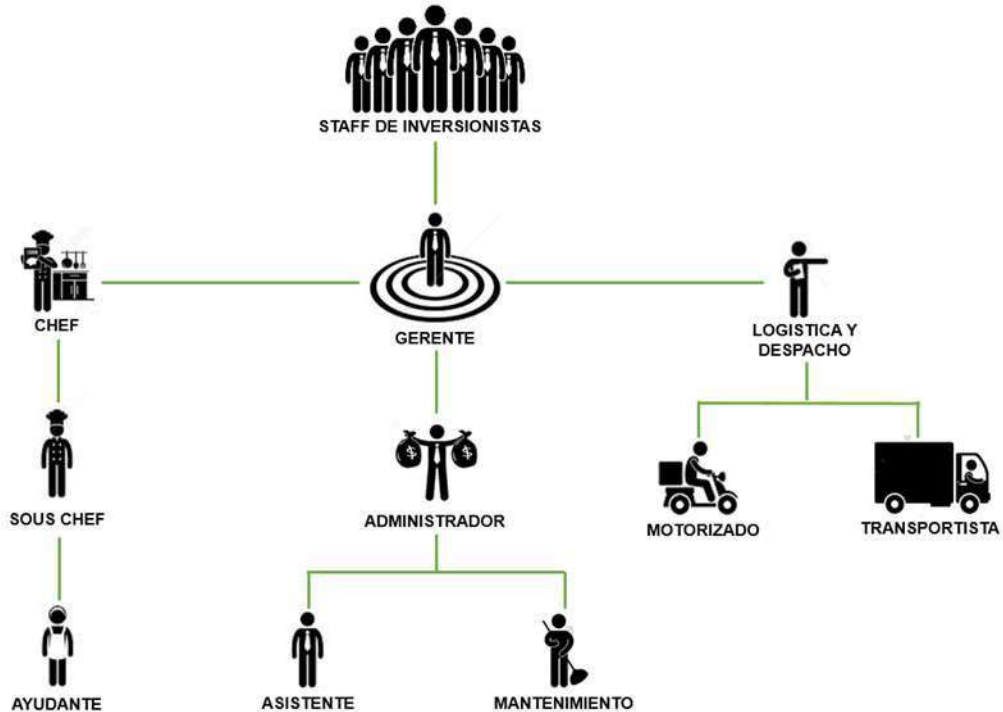
Materia Prima	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Producción (Und)	12.000 (15%)	15.600 (30%)	22.620 (45%)	36.192 (60%)	63.336 (75%)
Alimentos No Perecederos					
Kg x Entremés	0,05 Kg	0,05 Kg	0,05 Kg	0,05 Kg	0,05 Kg
BsF por Kg	450 BsF	585 BsF	848,25 BsF	1.357,20 BsF	2.375,10 BsF
Total Kg	600 Kg	780 Kg	1.131 Kg	1.809,60 Kg	3.166,80 Kg
Total BsF.	270.000 BsF	456.300 BsF	959.370,75 BsF	2.455.989,12 BsF	7.521.466,68 BsF
Alimentos Perecederos					
Kg x Entremés	0,09 Kg	0,09 Kg	0,09 Kg	0,09 Kg	0,09 Kg
BsF por Und.	800 BsF	1.040 BsF	1.508 BsF	2.412,80 BsF	4.222,40 BsF
Total Kg.	1.080 Kg	1.404 Kg	2.035,80 Kg	3.257,28 Kg	5.700,24 Kg
Total BsF.	864.000 BsF	1.460.160 BsF	3.216.564 BsF	7.859.165,18 BsF	24.068.963,40 BsF
Misceláneos					
Kg x Entremés	0,03 Kg	0,03 Kg	0,03 Kg	0,03 Kg	0,03 Kg
BsF por Kg	500 BsF	650 BsF	942,50 BsF	1.508 BsF	2.639 BsF
Total Kg	360 Kg	458 Kg	678,60 Kg	1.085,76 Kg	1.900,08 Kg
Total BsF	288.000 BsF	297.700 BsF	639.580,50 BsF	1.637.326,08 BsF	5.014.311,12 BsF
Suministros					
Und x Entremés	1 Und	1 Und	1 Und	1 Und	1 Und
BsF por Und	130 BsF	169 BsF	245,05 BsF	392,08 BsF	686,14 BsF
Total Und	12.000 Und	15.600 Und	22.620 Und	36.192 Und	63.336 Und
Total BsF.	1.560.000 BsF	2.636.400 BsF	5.543.031 BsF	14.190.159,40 BsF	43.457.363 BsF
Total Anual BsF:	2.982.000 BsF	4.850.560 BsF	10.358.546,20 BsF	26.142.639,80 BsF	80.062.104,20

Fuente: Elaborado con datos al 20/02/2016

Organigrama de la empresa “SaborJalu”

A continuación se presenta la estructura organizacional de la empresa:

Figura N° 10. Organigrama de la empresa.



Fuente: Elaborado por las investigadoras

Descripción de cargos:

- Staff de inversionistas: Son los responsables de realizar la inversión del dinero y esperar de esta un rendimiento a futuro.
- Gerente: Responsable de la supervisión de todos los procedimientos administrativos de la empresa “SABORJALU”, las operaciones de logística y despacho y cocina. Se encargara de la atención a proveedores, clientes y de mantener actualizado el inventario, deberá tener comunicación interna con todos los integrantes del equipo, generar informes para el Staff de inversionistas y optimizar la buena utilización de los recursos.
- Chef: Licenciado en Comida Gourmet, conocimiento experto en la cocina, garante de la correcta elaboración y elegante presentación de los entremeses.

- SousChef: Sera el asistente del Chef, planeara y elaborara junto a él las solicitudes de pedido.
- Ayudante: Se encuentra en posición de aprendizaje, este apoyara en todas las estaciones y partidas de la cocina donde se requiera de su ayuda.
- Administrador: Sera el responsable de la planificación y coordinación de la gestión administrativa y contable, así como también de cálculos y pagos de los impuestos de la empresa.
- Asistente: Responsable de la atención telefónica de la administración (Clientes, Proveedores, etc), prestara apoyo a la gerencia de la empresa “SABORJALU”.
- Mantenimiento: Tendrá como responsabilidad, velar por la limpieza de las áreas y a su vez el correcto manejo de los desechos.
- Logística y Despacho: Especialista responsable de coordinar la recepción, organización y despacho de la materia prima, así como también el destino de los entremeses hasta el cliente.
- Motorizado: Tendrá la tarea de hacer entregas mínimas (25 unidades) así como también de realizar labores de mensajería (Bancos, proveedores, servicios), estará supervisado por el especialista de despacho o el administrador según la actividad a ejecutar.
- Transportista: Se encargara de realizar las entregas de los entremeses a clientes, según las rutas indicadas por el especialista de Logística y despacho.

Dentro del proceso de distribución y asignación del capital humano es importante determinar las funciones y responsabilidades de cada cargo, esto facilita la coordinación de tareas, la supervisión de trabajos, la evaluación del equipo por desempeño, cumplimiento de objetivos y el establecimiento de medidas de control dentro del proceso de producción de los entremeses gourmet.

El horario de trabajo de la empresa está basado en la Ley Orgánica del Trabajo y Trabajadores (LOTTT 2012), el cual dicta lo siguiente:

Según (LOTTT 2012) Artículo 173. La jornada de trabajo no excederá de cinco días

a la semana y el trabajador o trabajadora tendrá derecho a dos días de descanso, continuos y remunerados durante cada semana de labor. La jornada de trabajo se realizará dentro de los siguientes límites:

La jornada diurna, comprendida entre las 5:00 a.m. y las 7:00 p.m., no podrá exceder de ocho horas diarias ni de cuarenta horas semanales.

Jornada laboral

“SABORJALU” tiene como horario de trabajo el descrito a continuación:

Tabla N° 21. Jornada laboral.

Personal	Empleados / Cargo	Entrada	Hora de Descanso	Salida
Gerente	1	08:00 a.m.	01:00 Pm – 02:00 p.m.	05:00 p.m.
Chef	1	08:00 a.m.	01:00 Pm – 02:00 p.m.	05:00 p.m.
SousChef	1	08:00 a.m.	01:00 Pm – 02:00 p.m.	05:00 p.m.
Ayudante	1	08:00 a.m.	12:00 m – 01:00 p.m.	05:00 p.m.
Administrador	1	08:00 a.m.	01:00 Pm – 02:00 p.m.	05:00 p.m.
Asistente	1	08:00 a.m.	12:00 Pm – 01:00 p.m.	05:00 p.m.
Mantenimiento	1	08:00 a.m.	12:00 Pm – 01:00 p.m.	05:00 p.m.
Esp. Logística y Despacho	1	08:00 a.m.	01:00 Pm – 02:00 p.m.	05:00 p.m.
Motorizado	1	08:00 a.m.	12:00 Pm – 01:00 p.m.	05:00 p.m.
Transportista	1	08:00 a.m.	12:00 Pm – 01:00 p.m.	05:00 p.m.

Fuente: Adaptado de LOTT (2012)

El gerente no tiene horario fijo establecido, puede desempeñar funciones en cualquier momento del día. Los fines de semana (Sábados y Domingos) serán laborados según la demanda de entregas de pedidos, en jornada laborales rotativas.

CAPITULO VII. ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO

En el estudio económico financiero se integran todos los planes y estrategias previamente establecidos en el análisis de mercado y el análisis técnico del proyecto, reflejando todas las decisiones que se han tomado a lo largo de su desarrollo.

Es importante señalar que el plan financiero para una empresa en marcha es distinto al plan financiero de una nueva iniciativa empresarial. Mientras que el primero comienza con un análisis de la situación financiera de la empresa, el segundo comienza identificando los datos, supuestos y políticas que guiarán las proyecciones económicas y financieras del nuevo emprendimiento.

Para esta última etapa los objetivos son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, con el objeto de realizar las simulaciones necesarias para elaborar las tablas de los indicadores económicos, que con los antecedentes nos permitan evaluar el proyecto, determinando su rentabilidad. El estudio se realizó con proyecciones a Cinco años.

Es importante partir con la idea de rentabilidad, que es la derivación del proceso productivo. Si este resultado es positivo la empresa gana dinero o en pocas palabras genera una utilidad; pero si el resultado es negativo, está arrojando pérdidas, es por esto que es determinante para la toma de decisiones al momento de iniciar un proyecto. En esta fase evaluaron las variables económicas y financieras, inicialmente se valoraron los precios y cantidades que se estiman vender en un principio, posteriormente se consideraron los costos y gastos fijos y variables.

A continuación se detallan todos los datos que determinaron el detalle de los flujos de fondo correspondientes a la venta de entremeses gourmet para festejos, en el Municipio Chacao, Caracas –Venezuela

Inversión Inicial

Urbina (2010) Define la inversión inicial como la adquisición de todos los activos tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción del capital de trabajo.

La inversión inicial está conformada por todos los activos circulantes e intangibles para la puesta en marcha del proyecto. Los activos circulantes y propiedad, planta y equipo están dados por la maquinaria, equipo y utensilios de cocina para la elaboración de los entremeses, así como los equipos de oficina para la puesta en marcha del negocio. Dentro de los activos fijos intangibles se encuentran el registro legal de la empresa, publicidad inicial.

Adicional, se muestra el detalle de los insumos requeridos para iniciar operaciones productivas con inventarios de al menos tres meses de reserva.

De la Tabla N° 22 se puede inferir que la inversión inicial alcanza 375.551.700,00 BsF de los cuales los activos de Propiedad Planta y Equipo (Ver tabla N° 23) son los que representan mayor peso con un **57.59%** de la inversión inicial total. Seguidamente se encuentran los Activos Circulantes, conformados por la prima de seguro pagado por anticipado que consta de una prima locativa de 150.000.000 BsF y una de responsabilidad patronal la cual le aporta al empleado un seguro de H.C.M. por 100.000 BsF, y gastos diferidos que comprende el registro legal de la empresa entre otros trámites legales para su operatividad arrojando un **40.51%** de la inversión total. Se ha de resaltar que en la inversión inicial no se declara el costo de materia prima (Ver tabla N° 24) ya que se cuenta con facilidades de pago a crédito por 3 meses lo cual se estipuló en común acuerdo con cada proveedor.

Tabla N° 22. Inversión inicial

SABORJALU		
Balance General		
Expresado a su Valor Histórico en Bolívar Fuerte		
<u>ACTIVO</u>		
<u>Activo Circulante</u>		
Efectivo en Caja y Bancos	2.000.000,00	
Prima de Seguro Pagado por Anticipado	151.000.000,00	
Total Activos Circulantes		153.000.000,00
<u>Inventario</u>		
Alimentos	2.982.000	
Utensilios	707.180,00	
Total Inventario		3.689.180,00
<u>Otros Activos Circulantes</u>		
Cargos Diferidos	300.000,00	
Total Otros Activos Circulantes		300.000,00
Total Activo Circulante		156.989.180,00
<u>Activo Intangibles</u>		
Puesta en marcha	900.000,00	
Publicidad Inicial	100.000,00	
Total Activo Intangibles		1.000.000,00
<u>Propiedad Planta y Equipo</u>		
Inmuebles	300.000.000,00	
Vehículos	7.300.000,00	
Mobiliario - Equipo y Maquinaria	6.051.700,00	
Total Propiedad Planta y Equipo		313.351.700,00
TOTAL ACTIVO		628.330.060,00
<u>PASIVO</u>		
<u>Pasivo Circulante</u>		
Cuentas por Pagar	3.689.180,00	
Impuestos por Pagar	60.000,00	
Total Pasivo Circulante		3.749.180,00
<u>Pasivo a Largo Plazo</u>		
Préstamo Hipotecario	90.000.000,00	
Préstamo de Vehículo	2.100.000,00	
Total Pasivo a Largo Plazo		92.100.000,00
Total Pasivo		95.849.180,00
<u>PATRIMONIO</u>		
Capital Suscrito	375.551.700,00	
Total Patrimonio		532.480.880,00
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		628.330.060,00

Fuente: Elaborado con Datos al 18/02/2016

Tabla N° 23. Inversión Inicial Activos Propiedad Planta y Equipo

Propiedad Planta y Equipo	
Mobiliario - Equipo y Maquinaria	Precio BsF
Equipos	3.707.000
Mobiliarios	1.853.700
Otros Mobiliarios	491.000
Equipamiento Tecnológico	1.844.500

Fuente: Elaborado con Datos al 19/02/2016

Tabla N° 24. Inversión de Materia Prima

Materia Prima	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Producción (Und)	12.000 (15%)	15.600 (30%)	22.620 (45%)	36.192 (60%)	63.336 (75%)
Alimentos No Perecederos					
BsF por Kg	450 BsF	585 BsF	848,25 BsF	1.357,20 BsF	2.375,10 BsF
Alimentos Perecederos					
BsF por Und.	800 BsF	1.040 BsF	1.508 BsF	2.412,80 BsF	4.222,40 BsF
Misceláneos					
BsF por Kg	500 BsF	650 BsF	942,50 BsF	1.508 BsF	2.639 BsF
Suministros					
BsF por Und	130 BsF	169 BsF	245,05 BsF	392,08 BsF	686,14 BsF
Total Anual BsF:	2.982.000 BsF	4.850.560 BsF	10.358.546,20 BsF	26.142.639,80 BsF	80.062.104,20 BsF

Fuente: Elaborado con Datos al 19/02/2016

Capital de trabajo

Desde el punto de vista contable, (Urbina 2010) define el capital de trabajo como la diferencia entre el activo circulante y el pasivo circulante. Desde el punto de vista práctico, está representado por el capital adicional (distinto de la inversión en activo fijo y diferido) con el que hay que contar para que empiece a funcionar la empresa.

Por ello el capital de trabajo está conformado por una serie de recursos necesarios para que se lleve a cabo el proceso productivo y se determina por la capacidad utilizada en el proceso productivo en cada año de proyección.

En el capital de trabajo se declara el aporte de mano de obra el cual incluye los beneficios estipulados por la LOTTT (2012) para cada trabajador y aportes devengado por la empresa (Ver tabla N° 27).

El capital de trabajo debe asegurar la cantidad de recursos suficientes para las compras de materia prima y cubrir los costos de producción. A continuación se presenta el capital de trabajo:

Tabla N° 25. Capital de Trabajo

Capital de trabajo	Año 0 BsF	Año 1 BsF	Año 2 BsF	Año 3 BsF	Año 4 BsF	Año 5 BsF
Aporte Inicial de Caja	1.000.000	-	-	-	-	-
Mano de Obra (Con un aumento del 30% Anual)	3.632.808	4.722.650	6.139.445	7.981.278	10.375.661	13.488.359
Materia Prima (Con un aumento del 15% Anual)	2.982.000	4.850.560	10.358.546,20	26.142.639,80	80.062.104,20	2.982.000
Total Capital de Trabajo	4.158.734	3.753.554,02	5.176.365,22	6.834.241,68	9.023.433,79	11.914.075,70

Fuente: Elaborado con Datos al 20/02/2016

Tabla N° 26. Tabla Inversión Inicial Servicios básicos

Descripción	Monto BsF	Cantidad
Electricidad	1.500	1
Agua	1.500	1
Gas	1.000	1
Telefonía	3.000	1
Internet	4.500	1
Mantenimiento	18.500	1
Impuestos	30.000	1
Total (1 mes) BsF	60.000	7

Fuente: Elaborado con Datos al 20/02/2016

Tabla N° 27. Beneficios sociales del Trabajador

Aportes de la empresa	Valor
IVSS	10%
I.N.C.E	2%
BANAVIH	2%
Régimen prestacional	2%
Vacaciones y Bono	15 días
Prestaciones Sociales	30 días
Utilidades	30 días

Fuente: LOTT (2012- 2015)

Aporte inicial de caja

El aporte inicial de caja es un monto de dinero colocado en un depósito bancario para cubrir cualquier imprevisto en el inicio de operaciones de la empresa. El aporte para esta investigación fue de 1.000.000 BsF, debido a que en la realización de balance general (ver Tabla N° 22) de la empresa se estimó en activos circulantes de efectivo en caja y bancos 2.000.000 de los cuales solo se estimó el 50% de este capital para imprevistos y de esta manera no dejar sin fondos a la empresa para meses o años posteriores, esta estimación del aporte inicial de caja se realizó con los estimados de producción y ventas de 18 meses anteriores de operatividad de la microempresa

Tabla N° 28. Mano de obra

Mano de obra Directa	N° de Empleados	Mensual (BsF)	Anual (BsF)
Chef	1	49.000 BsF	588.000
SousChef	1	35.000 BsF	420.000
Ayudante	1	22.000 BsF	264.000
Total Mano de Obra Directa	3	106.000 BsF	1.272.000 BsF
Mano de obra Indirecta	N° de Empleados	Mensual (BsF)	Anual (BsF)
Gerente	1	70.000 BsF	840.000 BsF
Administrador	1	40.000 BsF	480.000 BsF
Asistente	1	22.000 BsF	264.000 BsF
Logística y despacho	1	30.000 BsF	360.000 BsF
Mantenimiento	1	11.578 BsF	138.936 BsF
Transportista	1	11.578 BsF	138.936 BsF
Motorizado	1	11.578 BsF	138.936 BsF
Total Mano de obra Indirecta	7	196.734 BsF	2.360.808 BsF
Total Empleados y Sueldos	10	302.734 BsF	3.632.808 BsF

Fuente: Elaborado con Datos al 20/02/2016

Estimación de producción y venta

Para determinar la demanda de los entremeses, se observó directamente la cantidad vendida por los posibles competidores.

Se considera un incremento anual de la producción de un 15% por un periodo de estudio de 5 años, teniendo como base inicial un 15% de capacidad productiva de acuerdo a las especificaciones técnicas de los equipos y mano de obra. La proyección de producción y ventas se muestra en la siguiente tabla:

Tabla N° 29. Estimado Producción anual

Año	% de Producción	Producción Unid. De Entremeses (Anual)
1	15 %	12.000
2	30 %	15.600
3	45 %	22.620
4	60 %	36.192
5	75 %	63.336

Fuente: Elaborado con Datos al 20/02/2016

El proyecto tiene previsto regirse en principio por la Ley Orgánica de Precios Justos, con lo cual se ha establecido un porcentaje de ganancia de un 30% en base al costo total unitario.

En el siguiente cuadro se muestran los ingresos anuales de acuerdo a la producción anual por el tiempo en que se avalúa este proyecto, y se realizó un promedio de los costos de los productos con el incremento de ganancia del 30% de ganancia.

Tabla N° 30. Estimados ingresos anuales.

Año	% de Producción	Producción Unid. de Entremeses (Anual)	% de Ganancia	Promedio Costos BsF	Total Ingresos Anuales BsF
1	15 %	12.000	30%	513,33	6.159.960
2	30 %	15.600	30%	667.329	10.410.332,40
3	45 %	22.620	30%	867.527	19.623.464,74
4	60 %	36.192	30%	1.127,78	40.816.613,76
5	75 %	63.336	30%	1.466.114	92.857.796,30

Fuente: Elaborado con Datos al 20/02/2016

Estimación de Costos

Costos Variables

Según, Blanco (2010) Son aquellos que se modifican de acuerdo a variaciones del volumen de producción o nivel de actividad, es decir, si el nivel de actividad decrece, estos costos decrecen, mientras que si el nivel de actividad aumenta, también lo hace esta clase de costos.

Dentro de los costos variables, se estará describiendo el costo unitario de las materias primas y de los suministros. Para estimar el costo de los alimentos perecederos y no perecederos y misceláneos se realizó un promedio simple según la procura, que se realizó para la elaboración del producto, así como de los insumos y material descartable (suministros) utilizado para el almacenamiento del mismo.

Tabla N° 31. Costos variables

Año	Kg de No Perecederos Anuales	Costo unit. No Perecederos	Kg de No Perecederos Anuales	Costo unit. No Perecederos	Kg Misceláneos Anuales	Costo unit. Misceláneos	Kg Suministros Anuales	Costo unit. Suministros	Total Costos Variables BsF
1	12.000	450 BsF	12.000	800 BsF	12.000	500 BsF	12.000	130 BsF	22.560
2	15.600	585 BsF	15.600	1.040 BsF	15.600	650 BsF	15.600	169 BsF	38.126,40
3	22.620	848,25 BsF	22.620	1.508 BsF	22.620	942,50 BsF	22.620	245,05 BsF	80.160
4	36.192	1.357,20 BsF	36.192	2.412,80 BsF	36.192	1.508 BsF	36.192	392,08 BsF	205.211,53
5	63.336	2.375,10 BsF	63.336	4.222,40 BsF	63.336	2.639 BsF	63.336	686,14 BsF	628.453,99

Fuente: Elaborado con Datos al 20/02/2016

Costos Fijos

Según, Blanco (2010) son los que se tienen que pagar sin importar si la empresa produce mayor o menor cantidad de productos, (Ver Tabla N° 26 y Tabla N° 32) es decir son aquellos costos que no son sensibles a pequeños cambios en los niveles de actividad de una empresa, sino que permanecen invariables ante esos cambios.

Tabla N° 32. Costos fijos

Costos fijos de operación	Año 1 BsF	Año 2 BsF	Año 3 BsF	Año 4 BsF	Año 5 BsF
Sueldos y salarios	3.632.808	4.722.650	6.139.445	7.981.278	10.375.661
Electricidad	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500
Gas	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Telefonía	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000
Internet	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500
Agua	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500
Mantenimiento	18.500	18.500	18.500	18.500	18.500
Impuestos	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000
Total Costos fijos	3.692.808	4.782.650	6.199.445	8.041.278	10.435.661

Fuente: Elaborado con Datos al 20/02/2016

Depreciación:

La depreciación representa el desgaste en el tiempo de los activos fijos tangibles, en el flujo de caja es considerada por el método de línea recta, en donde la cuota de depreciación total tiene un peso constante a través de los años de la proyección del negocio.

A continuación se muestra (Ver tabla N° 33) el detalle de la vida útil de cada equipo, junto con su costo y cuota de depreciación.

Tabla N° 33. Calculo de depreciación

Mobiliario o Equipo	Precio BsF	Año / Vida Útil	Anual Depreciación BsF
Utensilios de Cocina	707.180	14	50.512,85
Equipos	3.707.000	12	308.916,66
Mobiliarios	1.853.700	14	132.407,71
Otros Mobiliarios	491.000	10	49.100
Equipamiento Tecnológico	1.844.500	10	184.450
Equipos de Seguridad e Higiene del Personal	718.950	9	89.868,75
Transportes	7.300.000	14	521.428,57
Total: Depreciación	16.622.330		1.286.171,69

Fuente: Elaborado con Datos al 20/02/2016

Tabla N° 34. Estado de resultados

	Año 1 BsF	Año 2 BsF	Año 3 BsF	Año 4 BsF	Año 5 BsF
Precio	513,33	667.329	867.527	1.127,78	1.466.114
Cantidad	12.000	13.800	15.870	18.250,50	20.987,57
Ingresos por ventas	6.159.960	10.410.332,40	19.623.464,74	40.816.613,76	92.857.796,30
Costo variable total	22.560	38.126,40	80.160	205.211,53	628.453,99
Margen de contribución	6.137.400	10.372.206	19.543.304,74	40.611.402,23	92.229.342,31
Costos fijos operativos	3.692.808	4.782.650	6.199.445	8.041.278	10.435.661
Gastos de Depreciación	1.286.171,69	1.286.171,69	1.286.171,69	1.286.171,69	1.286.171,69
UTILIDAD NETA	1.158.420,31	4.303.384,31	13.343.859,74	31.283.952,54	80.507.509,62

Fuente: Elaborado con Datos al 20/02/2016

Observaciones

Según cálculos referenciados en el análisis de resultados (Ver tabla N° 34) con estimados de proyecciones a 5 años de operatividad el negocio es factible desde el primer año de puesta en marcha ya que el mismo genera una utilidad neta positiva la cual cubre tanto los costos variables como los costos fijos operativos totales generados por la actividad de la empresa, De igual forma se generan márgenes de contribución positivo, los cual permiten absorber los costos fijos y así genera un margen para la utilidad o ganancia esperada.

A partir del 3er año la empresa genera ganancias significativas tanto para el capital propio de la empresa como para los inversionistas siendo esto positivo para rentabilidad de la empresa.

CAPITULO VIII. ANALISIS DE RESULTADOS

De acuerdo a los estudios realizados en los objetivos planteados en el desarrollo del proyecto de investigación, se recomiendan las siguientes alternativas:

- Por la innovación del mercado gastronómico se recorren a las redes sociales como método publicitario para dar a conocer tanto a la empresa como el servicio a ofrecer.
- El proceso de distribución de los entremeses gourmet será directamente con el cliente, ya que por la delicadeza de los productos es necesario un manejo adecuado y sin intermediarios.
- La ubicación del local en una zona céntrica del Municipio Chacao, permitirá la correcta distribución de los productos y a su vez la constante reposición de mercancía.

Análisis FODA

El análisis FODA permite realizar una evaluación de los agentes que fortalecen o quebrantan el escenario interno de una organización, de igual manera permite reconocer las características externas, es decir, las oportunidades y amenazas. Es una herramienta de fácil utilidad que permite obtener una amplia visión de la situación estratégica de la empresa.

En el presente estudio se realiza una Matriz FODA (Ver tabla N°35 y tabla N°36) con el objetivo de analizar las características del negocio y el entorno que lo rodea.

Tabla N° 35. Matriz FODA

FACTORES INTERNOS	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> - Capital humano altamente calificado - Preparación constante del personal (Actualizaciones y certificaciones) - Gran variedad de entremeses dulces y saladas - Instalaciones cómodas y de fácil mantenimiento, - Equipo de trabajo motivado - Alto nivel de aceptación del producto - El concepto gourmet le otorga al cliente un producto de alta calidad 	<ul style="list-style-type: none"> - Materia prima perecedera - Incumplimiento en el tiempo de entrega a consecuencia de factores externos. - Por ser un emprendimiento nuevo existe poca destreza ante el manejo de las nuevas instalaciones - Debido al margen de rentabilidad, costos y el posicionamiento del servicio, el precio del servicio pudiese ser elevado
FACTORES EXTERNOS	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> - Poca competencia del servicio delivery para entremeses gourmet - Redes sociales disponibles para conocer nuestros servicios - Captación de un gran número de clientes - Tendencia de búsqueda de alternativas vanguardistas 	<ul style="list-style-type: none"> - Escases de productos - Aumento constante de precios de la materia prima. - Mercado inestable, ya que está dirigido a una población específica - Economía variable a consecuencia de la política cambiante del país.

Fuente: Elaborado por las investigadoras

Estrategias FODA

De la tabla desarrollada anteriormente derivan las estrategias FODA, mencionadas a continuación:

Tabla N° 36. Estrategias FODA

	FORTALEZA	DEBILIDADES
OPORTUNIDADES	<u>ESTRATEGIA FO</u>	<u>ESTRATEGIA DO</u>
	<ul style="list-style-type: none"> - Publicidad orientada a clientes exigentes. - Por ser un mercado poco explorado, ofrece una excelente oportunidad de desarrollo. - Evaluación constante del mercado (Mejora constante) - La preparación del equipo permite la innovación de nuestros productos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Potenciar la publicidad de los servicios de "SABORJALU" a través de las redes sociales y medio de comunicación tradicionales. - Convenios con otras empresas para posicionar nuestros productos. - Crear premios y promociones para captar nuevos clientes.
AMENAZAS	<u>ESTRATEGIA FA</u>	<u>ESTRATEGIA DA</u>
	<ul style="list-style-type: none"> - Propiciar la invención de la empresa y su servicio a fin de mantener el liderazgo en el mercado. - Ubicar productos que se vean menos afectados ante la inflación. - Disponer de varias opciones de proveedores de materia prima. 	<ul style="list-style-type: none"> - Adquirir materia prima con largo tiempo de expiración. - Búsqueda de tecnologías orientadas al ahorro energético

Fuente: Elaborado por las investigadoras

Tabla N° 37. Matriz CAME

MANTENER	CORREGIR
<ul style="list-style-type: none"> - Entrenamiento y capacitación al personal con reconocidos personajes del mundo de la gastronomía. - Relación directa con proveedores de la materia prima. - Innovación en el estilo gourmet fusionando estilos de cocina 	<ul style="list-style-type: none"> - Ofrecer opciones con productos no perecederos - Establecer varias rutas de traslado para la entrega de los productos. - Capacitación continua del personal. - Realizar promociones de combos para incrementar la oferta del producto.
EXPLORAR	AFRONTAR
<ul style="list-style-type: none"> - Invertir en publicidad, tanto por vías graficas impresas como por redes sociales. - Crear fidelidad en los clientes ofreciéndoles productos con altos estándares de calidad. - Innovar constantemente en tendencias gastronómicas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ofrecer productos sustitutos. - Captar nuevos clientes explorando nuevos mercados. - Establecer relaciones con entes gubernamentales para promover nuestros productos e incentivar a una buena alimentación para así entrar en procesos de licitación.

Fuente: Elaborado por las investigadoras

MISIÓN:

Nutrir, deleitar, servir, complacer con altos estándares de calidad a toda nuestra clientela.

VISIÓN:

- Que nuestros productos sean reconocidos por nuestros clientes.
- Que sean productos de calidad y confiables para nuestros consumidores.
- Ser una de las primeras opciones para nuestros clientes al pensar en deleitarse el paladar con comida gourmet.
- Tener miras hacia el futuro e innovar y estar a la vanguardia del mundo gastronómico.
- Ser financieramente sólidos, productivos y consolidarnos en el mundo gastronómico.

Código de Ética

Los códigos de ética permiten a las empresas incorporar e implementar a través de

declaraciones de principios y valores, fundamentos morales y éticos de carácter universal, dentro de la vida diaria de una organización. El código de ética de esta empresa, surgirá como una parte integral de la cultura organizacional, que determinara los patrones, valores, símbolos y lenguaje. De tal forma, que los mismos se vean reflejados en la forma en que sus directores, gerentes o administradores la conducen, y cómo los colaboradores se desempeñan en la misma.

El código de ética será un documento que recogerá todos los elementos anteriormente enunciados y que permite a la organización contar con lineamientos claros que establecen pautas de conducta que deben respetarse tanto por los directivos y/o dueños, como por los colaboradores de una empresa en sus acciones diarias. Por lo que la empresa se dedicara a la elaboración entremeses bajo el más estricto seguimiento de la normativa legal de Venezuela, tanto legal como sanitaria.

Así como de un sentido de respeto, honestidad e integridad, que confirman la apropiada administración del negocio y la convivencia con la comunidad en la que está inmersa. De igual forma, permite garantizar la productividad, sostenibilidad y respuesta a compromisos legales adquiridos y generales.

Código de ética PMI

Según http://www.pmi.org/About-Us/Ethics/~/_media/PDF/Ethics/ap_pmicodeofethics_SPA-Final.ashx (2016) Como profesionales de la dirección de proyectos, nos comprometemos a actuar de manera correcta y honorable. Nos fijamos un alto nivel de exigencia, que aspiramos alcanzar en todos los aspectos de nuestras vidas: en el trabajo, en el hogar y al servicio de nuestra profesión. El presente Código de Ética y Conducta Profesional describe las expectativas que depositamos en nosotros mismos y en nuestros colegas profesionales de la comunidad global de la dirección de proyectos. Enuncia con

claridad los ideales a los que aspiramos, así como los comportamientos que son obligatorios en nuestro desempeño como profesionales y voluntarios. El propósito de este Código es infundir confianza en el ámbito de la dirección de proyectos y ayudar a las personas a ser mejores profesionales. Para ello, establecemos el marco para entender los comportamientos apropiados en la profesión. Creemos que la credibilidad y reputación de la dirección de proyectos como profesión se forjan sobre la base de la conducta colectiva de cada profesional. Creemos que podemos potenciar nuestra profesión, tanto de manera individual como colectiva, mediante la adopción de este Código de Ética y Conducta Profesional. Creemos, asimismo, que este Código nos ayudará a tomar decisiones sensatas, en particular al enfrentar situaciones difíciles en las que quizás se nos pida que comprometamos nuestra integridad o nuestros valores.

Código de Ética para Farmacéuticos

Una profesión es identificada por la voluntad de sus practicantes individuales de ajustarse a las normas éticas y profesionales que excedan los requerimientos mínimos legales. Los farmacéuticos son profesionales de la salud que ayudan a las personas a mantener una buena salud, a evitar enfermedades en la salud, y, donde sea apropiado, a adquirir y hacer el mejor uso de sus medicinas. El papel del farmacéutico ha cambiado significativamente en los últimos veinte años. Mientras que los principios éticos fundamentales se mantienen esencialmente los mismos, este Código de Ética ha sido redactado de nuevo para reafirmar y declarar públicamente los principios que forman las bases de los papeles y responsabilidades de los farmacéuticos. Estos principios, basados en obligaciones morales y valores, se establecen para permitir a las organizaciones farmacéuticas nacionales, a través de su Código de Ética, guiar a los farmacéuticos en sus relaciones con los pacientes, con otros profesionales de la salud, y con la sociedad en general. Los farmacéuticos buscan actuar con justicia y equidad en la asignación de los recursos para la salud de que disponen. Principios En la práctica de su profesión: La principal responsabilidad del farmacéutico es el bienestar del

individuo. Obligaciones: ser objetivo, poner el bienestar del individuo antes que los intereses personales o comerciales (incluidos los intereses financieros), promover el derecho del individuo de tener acceso a un tratamiento seguro y efectivo, El farmacéutico demuestra la misma dedicación para todos.

Obligaciones: Manifestar respeto por la vida y la dignidad humana, no discriminar entre las personas, luchar por tratar e informar a cada individuo de acuerdo a las circunstancias personales. El farmacéutico respeta el derecho del individuo a la libertad de elección del tratamiento. Obligación: asegurar que cuando el farmacéutico participe en el desarrollo de planes de cuidado y tratamiento, esto sea hecho consultando al individuo. El farmacéutico respeta y protege el derecho del individuo a la confidencialidad. Obligación: no difundir información, que identifique al individuo, sin el respectivo consentimiento o debida causa. El farmacéutico coopera con los colegas y otros profesionales y respeta sus valores y habilidades. Obligación: cooperar con colegas, otros profesionales y agencias, en los esfuerzos por promover la buena salud, y tratar y prevenir enfermedades en ésta. El farmacéutico actúa con honestidad e integridad en las relaciones profesionales. Obligaciones: actuar con convicción de conciencia, evitar prácticas, comportamientos o condiciones de trabajo que puedan perjudicar el juicio profesional, El farmacéutico está al servicio de las necesidades del individuo, la comunidad y la sociedad. Obligación: reconocer las responsabilidades asociadas con el servicio a las necesidades del individuo, por una parte, y de la sociedad en general, por otra. El farmacéutico mantiene y desarrolla conocimientos y habilidades profesionales. Obligación: Asegurar la competencia en cada servicio farmacéutico suministrado, por medio de la continua actualización de conocimientos y habilidades. El farmacéutico asegura la continuidad de la atención en el caso de disputas laborales, clausura de la farmacia o conflicto de creencias morales personales. Obligación: remitir el paciente a otro farmacéutico. Asegurar que cuando una farmacia clausura, los pacientes sean informados sobre la farmacia a la cual su expediente, si éste se ha llevado, ha sido transferido.

Fuente: Federación Farmacéutica Internacional (1997)

CAPITULO IX. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Identificar mercado potencial de la unidad estratégica de negocio:

- Si existe un mercado potencial para la creación de una empresa orientada a la venta de entremeses gourmet con servicio a domicilio en el Municipio Chacao - Caracas.

- El estudio de mercado evidencio que aceptación ante la creación de una empresa que ofrezca entremeses gourmet, con hasta un 92,4% de interés. (Ver Apéndice A. Instrumento de Recolección de Datos.)

- La población en estudio es de 71.411 personas que habitan o hacen vida en el Municipio Chacao. En función de los resultados obtenidos en la encuesta, se puede concluir que existe un mercado con las siguientes estimaciones:

- 1) A 65.984 personas les agrada la comida gourmet.
- 2) 38.919 personas no han tenido la oportunidad de contratar un servicio de entremeses gourmet, lo que representa una oportunidad para que la empresa se dé a conocer.
- 3) 34.634 personas no conocen de otra empresa que preste un servicio similar al ofrecido y a su vez esta misma población indican que podrían contratar el servicio para festejos importantes como bodas.
- 4) 51.916 personas muestran una excelente aceptación con respecto a la creación de un servicio orientado a la venta de entremeses gourmet.
- 5) 65.984 personas están dispuestas a solicitar el servicio de entremeses gourmet para la realización de un festejo.
- 6) 58.200 personas podrían elegir un servicio a domicilio debido a la practicidad que esto representa para el cliente.

Elaborar estudio técnico de la UEN:

- La zona seleccionada para ubicar el local es Urb. Los Palos Grandes, 3era Transversal del Municipio Chacao, las cuales posee las siguientes características aptas:

- 1) Fácil acceso de la materia prima y equipamiento, mediante zona de carga y descarga.
- 2) Comodidad para la distribución de los productos en el municipio.
- 3) Facilidad de acceso para el equipo de trabajo mediante diversos medios de transporte.
- 4) Conexión a servicios básicos como electricidad, agua, gas, telefonía e internet.
- 5) El local posee una dimensión de aproximadamente 100 m², con características mínimas de inversión en acondicionamiento en las áreas que lo componen.
- 6) Disponibilidad de estacionamiento para clientes.
- 7) La dimensión, distribución y equipamiento del local se calculó en función de la demanda estimada a ser atendida, obteniéndose de este estudio una dimensión de 100 m² aproximadamente.

- La composición de los entremeses ha sido diseñada bajo una visión gourmet, para generar un diferenciador comercial y su elaboración está orientada a la minimización de tiempo y optimización de recursos utilizados.

- El traslado del producto del local a los clientes será realizado a través empleados propios, el cual se trasladara en moto hasta el cliente siempre y cuando el pedido sea inferior a 25 unidades, adicional se cuenta con una unidad de transporte con furgón para el traslado de pedidos grandes.

- Se identificó toda la normativa regularía vigente para poner en funcionamiento la empresa, resaltándose los permisos especiales para el sector de elaboración y expendio de alimentos.

Formular plan de negocio de la UEN:

- La creación de la empresa de entremeses gourmet con servicio a domicilio en el Municipio Chacao, en función al escenario probable indica que posee una rentabilidad superior a la tasa inflacionaria estimada, por lo que vale la pena pasar a la fase de factibilidad del proyecto.
- Las variables más sensibles para este proyecto son cantidad de producción, porcentaje de financiamiento y tasa de interés de financiación.
- La variable que más hay que cuidar es la de producción, que está íntimamente relacionada con la clientela, ingresos por venta y la ubicación de materia prima.

Recomendaciones:

- Se sugiere profundizar el estudio de mercado en la fase de factibilidad, ya que la población encuestada es pequeña.
- Se recomienda desarrollar un plan de marketing con el fin de aumentar la aceptación de los entremeses gourmet en el mercado y a su vez potenciar las estrategias comunicacionales mediante las diversas redes sociales disponibles a la fecha.
- Debido al riesgo que supone la escases de materia prima en el mercado para la elaboración de los productos, se recomienda contar con varias opciones de proveedores que puedan garantizar el suministros de los mismos, esto con el objetivo de tener otras opciones en caso de que los proveedores habituales fallen poder tener un respaldo garantizando así las provisiones.
- Para estudios a futuro se le recomienda a los investigadores iniciar con una capacidad de producción alta, para incrementar los ingresos anuales y tener mayor utilidad neta.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Libros:

- Arias, F. (2006). El Proyecto de Investigación. Introducción a la Metodología científica. Caracas. Editorial Espíteme.
- Ávila (2001) Las Variables. *Editorial*: McGraw-Hill.
- Baca, Urbina, (1991-1995-2010). Evaluación de Proyectos. México. Editorial: McGraw-Hill.
- Balestrini (2001) Población o universo. *Editorial* Romor.
- Baptista, L. (2003). Metodología de la investigación. México. Editorial: Mc Graw Hill.
- Bavaresco (2002), Proceso metodológico en la investigación *Editorial*: Ediluz.
- Blanco, A. (2010). Formulación y Evaluación de proyectos. Caracas. Editorial Texto.
- Borello (2000) El Plan De Negocio. Editorial: McGraw Hill / Interamericana de Colombia.
- Brundtland (1987), "Nuestro Futuro Común" Informe Brundtland. Capítulo 12. Editorial: Oxford University Press.
- Chesbrough y Rosenbloom (2001) Modelos de negocio. Editorial: UNAD.
- Consejo de la Federación Farmacéutica Internacional, (1997). Código de ética farmacéutico. Fuente: Federación Farmacéutica Internacional.
- Finnerty, (2000) Administración Financiera Corporativa. México, Editorial: Prentice Hall – Pearson Education.
- González, R. (2003). Metodología de la Investigación Científica para las Ciencias Técnicas 2da. Parte: Organización y Ejecución de la Investigación. Caracas. Editorial: Venezuela.
- Goxens y cols (2007), Enciclopedia de la contabilidad Editorial: Océano.
- Harvard Business School (2007). How to Write a Business. Cambridge, USA.
- Hernández, (2000) La validez. *Editorial* El Cid.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2006). Metodología de la investigación. México. Editorial: McGraw Hill.

- Kerlinger (2002) Proceso de investigación. *Editorial McGraw Hill.*
- Kotler, Bloom y Hayes, (2004) Estudio de mercado Ediciones Paidós Ibérica S.A.
- Lovera (1988), La gastronomía Venezolana. Editorial CEGA.
- Malhotra, (1997) Investigación De Mercados. Un Enfoque Practico Editorial: Prentice Hall Hispanoamericana S.A.
- Manual de Trabajos de Grado de Especialización y Maestría y Tesis Doctorales. (2001). Universidad Pedagógica Experimental Libertador Caracas - Venezuela.
- Manual para la elaboración de Trabajos de Grado. (2004) Universidad Santa María. Caracas - Venezuela.
- Martos, (2011) Federación Comercial (Fedecom).
- Méndez, (2001). Fundamentos Metodología. Editorial: McGraw Hill.
- Osterwalder, Pigneur y Tucci (2005) Generación de modelos de negocio. Editorial: UNAD.
- Parkin, (2006), Economía. 8va edición. Editorial: Pearson Addison Wesley.
- Parra, Pedraza y Torres, (2011) La logística del almacenamiento. Editorial: BRINSA S.A.
- *Pérez (2002), Investigación de campo Editorial: BL*
- Porter, M. (2010). Modelo de las Cinco Fuerzas.
- Randall G, (2003) Estudio de mercado. Segunda edición, Editorial: Thomson Editores Sapin.
- Sabino, C. (1995 - 2010) Evaluación de Proyectos. México. Editorial: McGraw-Hill.
- Sapag y Sapag (1985 - 1995 - 2008) Evaluación de Proyectos. Editorial: McGraw Hill.
- Tamayo, M. (1998). El Proceso de Investigación. Venezuela: Editorial Panapo.
- Tamayo, M. (2012) Metodología Formal de la Investigación Científica. Editorial Panapo.
- Tovar (2012), La transculturización en Venezuela. Editorial: Ávila Gráfica, S.A
- Viniegra (2007), Entendiendo El Plan De Negocios. Editorial: Lightning Source Inc.
- XIV CENSO NACIONAL DE POBLACIÓN Y VIVIENDA. (2011).

Leyes y Reglamentos:

- Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. Artículo 305. (Gaceta oficial N° 36.860 – Fecha de publicación 30 de Diciembre de 1999).
- Ley del Instituto Nacional de Nutrición. Publicada en Gaceta Oficial de la República de Venezuela Nro. 28.727 del 12 de septiembre de 1968.
- Ley Orgánica de Prevención, Condiciones y Medio Ambiente de Trabajo. (2012 - 2015), Venezuela.
- Ley Orgánica de Seguridad y Soberanía Agroalimentaria Decreto Nro. 6.071 con rango, valor y fuerza de Publicado en Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela Nro. 5.889 Extraordinario del 31 de julio de 2008.
- Normas sobre prácticas para la Fabricación, Almacenamiento y Transporte de Envases, Empaques y/o Artículos destinados a estar en contacto con alimentos. Ministerio del Poder Popular para la Salud. Resolución N° 082 del 4 de Mayo de 2007, Publicada en Gaceta Oficial Nro. 38.678 del 8 de mayo de 2008.
- Reglamento General De Alimentos Gaceta Oficial N° 25.864 De Fecha 16 De Enero De 1959. Decreto Número 525 - 12 De Enero De 1959.

Fuentes Electrónicas

- ABC (2016), Mini Gourmet. Consultado el 17 de diciembre de 2015. Disponible: abcblogs.abc.es/tags/tapas.
- Ajay's Cake Shop (2011) Repostería. Consultado el 02 de diciembre de 2015. Disponible: ajayscakeshop.blogspot.com/2011//la-pasteleria-un-oficio-con-historia.ht
- Alcaldía de Chacao. (2015) Alcaldía y Estructura. Consultado el 15 de diciembre de 2015. Disponible: [<http://chacao.gob.ve/?alcaldía=1-nuestro-plan#misión>]
- Alcaldía de Chacao. (2015) Historia de Chacao. Consultado el 15 de diciembre de 2015. Disponible: <http://chacao.gob.ve/?municipio=994-historia-de-chacao>

- Alcaldía de Chacao: (2015) Licencia de Actividades Económicas para el municipio. Consultado el 15 de diciembre de 2015. Disponible: [<http://www.chacao.gob.ve/?tramites=licencia-de-actividades-economicas>.
- Banco Central de Venezuela. (2016) Consultado en 12 de Enero de 2016. Disponible: www.bcv.org.ve/.
- Cerda (1991). Metodología de la investigación. Consultado el 15 de Febrero de 2015. Disponible: <http://ares.unimet.edu.ve/faces/fpag40/criterios.htm#>
- Chacao. (2013) Consultado el 20 de Octubre de 2015. Disponible: <http://www.chacao.gov.ve>
- Climatología. (2015) Consultado el 15 de diciembre de 2015. Disponible: [<http://www.inameh.gob.ve/bvirtual.php>]
- Colegio Oficial de Farmacéutico de Huesca. (2015) Dietas especiales. Consultado el 17 de diciembre de 2015. Disponible: www.cofhuesca.com/consejos-ficha.php?id=24
- Dolores, (2015) Gourmet. Consultado el 02 de diciembre de 2015. Disponible: mariadolores.mx/en/news/ziano-gourmet-box/.
- Empresa Prof. Boris Ackerman. Consultado 02 de Febrero de (2016). Disponible: <http://www.cochinodinero.com/> Nota descriptiva N°311 Septiembre de 2006.
- Gaona (2015) Restauración Gastronómica. Consultado el 17 de diciembre de 2015. Disponible: [cadenaser.com /ser/2015/01/13/gastro/1421157997_177536.htm](http://cadenaser.com/ser/2015/01/13/gastro/1421157997_177536.htm).
- Hurtado (2007) Metodología de la investigación. Consultado el 25 de Febrero de 2015. Disponible: <http://investigacionholistica.blogspot.com/2008/04/algunoscriteriosmetodologicos-de-la.html>.
- Mapa de Chacao. (2015) Consultado el 15 de diciembre de 2015. Disponible: <https://www.google.co.ve/maps/place/Chacao>
- Mercado municipal de Chacao. (2013). Consultado el 15 de diciembre de 2015. Disponible: <http://www.mercadomunicipaldechacao.com.ve>
- Municipio Chacao (2015). Consultado el 15 de diciembre de 2015. Disponible: <http://gelvez.com.ve/fotos/municipio-chacao/1880176.html>.

- OMS (2016), Nutrición Consultado el 17 de diciembre de 2015. Disponible: www.who.int/topics/nutrition/es/.
- Ponce (2014) Gastronomía Fusión. Consultado el 17 de diciembre de 2015. Disponible: https://prezi.com/f_26mimnef79/gastronomia-fusion/
- Sanchez, Zendejas (2012), Nutrición. Consultado el 17 de diciembre de 2015. Disponible: nutricionunpa.blogspot.com/2012_10_01_archive.html.

ANEXOS

Apéndice A. Instrumento de Recolección de Datos.



La presente encuesta solo tendrá la finalidad de suministrar datos que contribuirán al desarrollo del Trabajo Especial de Grado denominado ""ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA EL PLAN DE NEGOCIO DE UNA MICROEMPRESA "SABORJALU" CON SERVICIO A DOMICILIO, ORIENTADA A LA VENTA DE ENTREMESSES GOURMET PARA FESTEJOS, EN EL MUNICIPIO CHACAO, CARACAS -VENEZUELA."

Por su seguridad y tranquilidad, esta encuesta es anónima, sólo siendo guardada sus respuestas, con el único objetivo de brindar le orientación a los autores.
Lea cuidadosamente y responda.

1._ Edad:

- 18 – 25 años
- 26 – 35 años
- 36 – 45 años
- 46 – años o más

2._ Sexo:

- Femenino
- Masculino

3._ ¿Es de su agrado la comida gourmet?

- Si
- No

4._ Sientes preferencia por entremeses:

- Dulce
- Saladas

5._ ¿Ha tenido la oportunidad de contratar algún servicio de entremeses gourmet para festejos?

- Si
- No

6._ ¿Ha tenido la oportunidad de degustar entremeses gourmet en algún festejo?

- Si
- No

7._ ¿Siendo de su preferencia la degustación dulce, cuáles de los siguientes postres elegiría?

- Cupcakes o Popcakes
- MiniShots
- Brochetas de frutas decoradas
- Minidulces variados

8._ ¿Siendo de su preferencia la degustación salada, esta sería más agradable al paladar:

- Fría
- Caliente

9._ ¿Contrataría el servicio de entremeses Gourmet para cuál de los siguientes festejos?:

- Bodas
- Despedida de Soltera(o)
- Cumpleaños
- Baby Shower
- Eventos corporativos

10._ ¿Conoce otra empresa que preste un servicio similar?

- Si
- No

11._ ¿Que aplicación o red social preferiría para conocer y contratar nuestros servicios?

- Facebook
- Instagram
- Correo Electrónico
- Teléfono
- Mensajería de texto

12._ ¿Cuál es su opinión en referencia a la creación de un servicio orientado a la venta de entremeses gourmet para festejos?

- Excelente
- Buena
- Regular
- Malo

13._ ¿Qué tan probable es, que solicite el servicio de entremeses gourmet para la ejecución de un festejo?

- Si lo usare
- Probablemente si
- Probablemente no
- No lo usare

14._ ¿Una vez contratado el servicio, como desearía realizar el pago?

- 50% Adelantado – 50% Ejecutado el servicio
- 70% Adelantado – 30% Ejecutado el servicio
- 100% Adelantado

15._ ¿De los siguientes estilos, cual podríamos incluir en nuestro menú gourmet?

- Dietas especiales
- Comida criolla
- Comida Fusión
- Comida étnica
- Comida vegetariana

16._ ¿De contratas nuestro servicio, preferiría?:

- Servicio a domicilio
- Directo al proveedor del servicio

17._ ¿Para su comodidad, que forma de pago elegiría?

- Efectivo
- Cheque
- Transferencia

Apéndice B. Permiso sanitario.

REQUISITOS PARA NUEVAS SOLICITUDES DE REGISTRO SANITARIO DE ALIMENTOS NACIONALES

- Llenar la Solicitud de Registro Sanitario para Alimentos y/o Bebidas Alcohólicas (Forma SIE-5-197) la cual debe ser acompañada de los timbres fiscales correspondientes. (0,14 U.T.).
- Copia fotostática del Permiso Sanitario **VIGENTE** de la empresa expedido por el Distrito Sanitario correspondiente a la jurisdicción donde se encuentra ubicada.
- Informe sobre la Evaluación del Cumplimiento de las Normas de Buenas Prácticas de Fabricación, Almacenamiento y Transporte de Alimentos para el Consumo Humano (Resolución N° SG-457-96) emitido por la Autoridad Sanitaria competente, cuya fecha de emisión no exceda de un (1) año.
- En caso de **nuevas industrias**, presentar copia fotostática de Oficio de Revisión del Proyecto de Construcción de la Edificación o de Instalación, Ampliación o Reforma de la industria en un local ya existente, expedido por la Autoridad Sanitaria competente.
- Copia fotostática de la Autorización del Envase o Empaque del alimento, emitido por la Dirección de Higiene de los Alimentos del Ministerio del Poder Popular para la Salud, donde se indique que es apto para contener el alimento que se pretende registrar.
- Autorización por parte del fabricante para realizar los trámites de Registro Sanitario (cuando el propio fabricante no es quien realiza el trámite).
- Una (1) muestra testigo representativa del alimento que se pretende registrar.
- Tres (3) copias o ejemplares de los proyectos de todas las etiquetas o impresos destinados a identificar el producto e ilustrar al público, los cuales deberán cumplir con los requerimientos siguientes:
 1. Nombre descriptivo del producto.
 2. Marca.
 3. Peso neto (Grs.) o Contenido neto (L.).
 4. Lista de Ingredientes que componen al producto.
 5. Elaborado por: _____, en: _____.
 6. Registrado en el M.P.P.S. con el N° A-_____.
 7. Hecho en Venezuela.
 8. En caso de productos que requieran condiciones especiales de conservación, deberá indicarse cual(es).
 9. Cualquier otro requerimiento que indiquen la Normas COVENIN, el Reglamento General de Alimentos o disposiciones del Despacho.
- Copia del Registro Mercantil de la empresa (Acta Constitutiva).

Fuente: <http://sacs.mpps.gob.ve/siacs/Alimentos/Instructivos/registroSanitario.pdf>

Apéndice C. Permiso de Bomberos del Distrito Capital



REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
GOBIERNO DEL DISTRITO CAPITAL
CUERPO DE BOMBEROS
Área de Prevención e Investigación de Incendios y Otros Sinistros
Sala Técnica



SERVICIOS PRESTADOS POR EL CUERPO DE BOMBEROS DEL DISTRITO CAPITAL EN CIRCUNSTANCIAS QUE NO REVISTEN CARÁCTER DE EMERGENCIA).

*Revisión y Evaluación de Proyecto y Ejecución de Obras de Construcción o Remodelación de Inmuebles
(El pago de Tasas es solo para el Municipio Libertador)*

1. Presentar planilla de depósito bancario, original y dos copias, equivalente al monto que se ajuste al motivo de su petición, según lo contenido en la Tabla N° 2.
2. Valor Unidad Tributaria: Bs. 150,00 (Providencia SENAT N° SNAT/2015/0019, publicada en Gaceta Oficial 40628 del 26 de febrero de 2015).

Tabla N° 1. Cuentas Bancarias

BANCO	TITULAR	TIPO CUENTA	CUENTA N°
VENEZUELA	Gob. Dto. Capital Ingresos por Tasas Bomberos	Corriente	0102-0552-24-0000021649
TESORO	Gob. Dto. Capital	Corriente	0163-0903-65-9032000286

Tabla N° 2. Tasas por Revisión y Evaluación de Proyectos y Ejecución de Obras de Construcción o Remodelación de Inmuebles

Área total de construcción (m ²)	Tasa (UT)	Valor (Bs)	Valor + PS (Bs)
De 1 a 50	1	150	153
De 51 a 100	2	300	303
De 101 a 250	3	450	453
de 251 a 500	5	750	753
de 501 a 1500	7	1050	1053
de 1501 a 2500	9	1350	1353
de 2501 a 5000	12	1800	1803
de 5001 a 10000	20	3000	3003
Mayor a 10001	25 + 1 por cada 500 adicionales	2140,00 + 150,00 por cada 500 adicionales	2142,14 + 150,00 por cada 500 adicionales

Recaudas (en sus correspondientes carpetas marrones tamaño oficio).

1. Llenar y entregar hoja del control de proyecto firmada por el profesional responsable y el propietario o representante legal.
2. Fotocopia de la solvencia actualizada del Colegio de Ingenieros y fotocopia de la Cédula de Identidad del profesional a cargo del proyecto.
3. Fotocopia del Documento de Propiedad y/o Contrato de Arrendamiento.
4. Fotocopia de la Cédula de Identidad del propietario si es persona natural o fotocopia del Registro Mercantil y RIF si es persona jurídica.
5. Memoria Descriptiva, por duplicado, contemplando lo relativo a los Sistemas de Prevención y Protección contra Incendios, instalaciones de gas, instalaciones eléctricas (Generalidades), Normas Venezolanas COVENIN aplicables y características de la construcción.
6. Planos de planta (escala 1:100 ó 1:50), por duplicado, debidamente doblados (de acuerdo a la Norma Venezolana COVENIN 3477, Dibujo Técnico. Formato y Plegado de Dibujos y Planos), de cada uno de los niveles tipo que conforman la edificación, indicando lo relativo a los Sistemas de Prevención y Protección contra Incendios e Instalaciones de Gas.
7. Planos de cortes y fachadas (escala 1:50) por duplicado o triplicado, de la edificación.
8. Diagrama vertical del Sistema de Detección y Alarma e Isometría de los Sistemas de Extinción Fijo, por Duplicado, de la edificación.

A partir de la Tercera Revisión se debe cancelar un recargo por cobro de Tasas de Servicios tal como se señala en la Tabla N° 3:

Área total de construcción (m ²)	Tasa (UT)	Valor (Bs)	Valor + PS (Bs)
Hasta 250	0,50	75	78
de 251 a 500	0,75	112,5	115,5
de 501 a 1500	2,00	300	303
de 1501 a 2500	3,00	450	453
de 2501 a 5000	3,50	525	528
de 5001 a 10000	5,00	750	753
Mayor a 10000	6,25	937,5	940,5
Mayor a 10001	6,25 + 0,25 por cada 500 adicionales	668,75 + 26,75 por cada 500 adicionales	670,89 + 26,7 por cada 500 adicionales

Fuente: <http://www.bomberoscaracas.gov.ve/solicitudes.php>

Apéndice D. Proyec Charter.

ACTA DE CONSTITUCIÓN DEL PROYECTO

**Desarrollo del plan de negocio de una microempresa “SABORJALU”
orientada a la venta de entremeses gourmet con servicio a domicilio**

Fecha: 05-11-2015

EDT del proyecto:

				En Horas	En días	
Id	Nombre de Tarea	Inicio Estimado	Fin estimado	Trabajo Estimado	Duración Estimada	% Cumplimiento
1	MICROEMPRESA SABORJALU	7/9/2015	6/6/2016	1488	186	39
2	Plan de Negocios					
3	Proyecciones Financieras	7/9/2015	30/09/2015	144	18	100
4	Fuentes de Financiamiento	7/9/2015	21/9/2015	88	11	100
5	Patrocinios	7/9/2015	21/9/2015	88	11	100
6	Aspectos legales y regulatorios	7/9/2015	6/6/2016	1488	186	10
7	Control de talento humano	5/10/2015	9/10/2015	40	5	100
8	Estudio de mercado	13/10/2015	13/11/2051	192	24	98
9	Definición de clientes potenciales	16/11/2015	20/11/2015	40	5	93
10	Procedimientos y políticas	7/9/2015	27/11/2015	472	59	90
11	Entrenamientos	11/1/2016	15/02/2016	232	29	0
12	Estructura del local					
13	Ubicación del terreno	21/09/2015	23/10/2015	200	25	100
14	Desarrollo del plano de la estructura	14/9/2015	14/12/2015	520	65	75
15	Plano de tendido eléctrico y tuberías	14/9/2015	14/12/2015	520	65	75
16	Levantamiento del Local	11/1/2016	11/4/2016	544	68	0
17	Decoración y ambientación	21/03/2016	10/5/2016	272	34	0
18	Contratación de Recursos					
19	Equipo RR.HH.	4/4/2016	6/5/2016	192	24	0
20	Equipo de cocina	4/4/2016	6/5/2016	192	24	0
21	Personal administrativo	4/4/2016	6/5/2016	192	24	0
22	Equipo Atención al cliente	4/4/2016	6/5/2016	192	24	0
23	Menú					
24	Elaboración del menú	11/4/2016	11/5/2016	176	22	0
25	Asesoría con nutricionistas	11/4/2016	11/5/2016	176	22	0
26	Degustación de comida salada	13/05/2016	13/05/2016	8	1	0
27	Degustación de postres	13/05/2016	13/05/2016	8	1	0
28	Stock de Insumos					
29	Adquisición de equipos electrodomésticos	1/2/2016	29/04/2016	480	60	0
30	Accesorios de Cocina	1/2/2016	29/04/2016	480	60	0
31	Vestuarios Equipo de cocina	1/2/2016	29/04/2016	480	60	0
32	Compra de insumos alimenticios	9/5/2016	12/5/2016	32	4	0
33	Materiales de empaque	1/2/2016	29/04/2016	480	60	0
34	Compra de productos de limpieza	1/2/2016	29/04/2016	480	60	0
35	Medios Publicitarios					
36	Elaboración de Pagina web	16/05/2016	3/6/2016	128	16	0
37	Adquisición de línea móvil para mensajería y llamadas	1/6/2016	1/6/2016	8	1	0
38	Redes sociales	30/05/2016	3/6/2016	40	5	0

Justificación/Propósito:

Este emprendimiento se basa en que la industria de servicios de restauración es un reflejo de los cambios que sufre la sociedad en la que operan. La sociedad venezolana ha sufrido cambios que la han convertido en una más compleja y acelerada, cambiando así por completo las exigencias de las personas. Esta industria ha despertado un nuevo segmento de negocios, pero es tanta la competencia que se requiere innovar y así poder ajustarse a las preferencias de los consumidores, que cada vez son más selectivos y exigentes, por ello se desea incursionar en el área culinaria y se requiere diseñar un plan de negocios que permita crear una empresa con fines de lucro dedicada a la venta de entremeses gourmet con entrega a domicilio; con el fin de generar más oportunidades en este mercado y ofrecerle una amplia gama de opciones con la diferencia de ofrecer al consumidor la opción de dietas especiales el cual es un mercado descuidado y poco incursionado para así aprovechar al máximo las posibilidades del negocio y diversificar los servicios.

Descripción de los Productos, Servicios o Resultados del Proyecto:

Formar el grupo de trabajo requerido para la realización del proyecto.

Iniciar los análisis financieros y estudios de mercado requeridos

Diseñar el organigrama de la empresa.

Diseñar la sección de aspectos

Diseñar la sección de mecanismo de control de talento humano.

Diseñar la sección de productos y servicios.

Diseñar la sección de material publicitario y redes sociales.

Diseñar la sección de análisis de mercado.

Diseñar la sección de modelos de procedimientos.

Diseñar las políticas de la empresa.

Diseñar la sección de entrenamiento al personal.

Diseñar los menús a ofrecer.

Consolidar secciones en el plan de negocios

Entregables finales:

- Plan de negocios detallando lo siguiente: Proyecciones financieras con sus respectivos análisis, posibles fuentes de financiamiento y costos de inversión total por parte

de los Patrocinantes, aspectos legales y regulatorios, mecanismo de Control de talento humano, productos y servicios, estudio de mercado, clientes potenciales, procedimientos políticas y entrenamientos.

- Local en físico estructurado, detallado y ambientado para desarrollar cada una de las actividades de la empresa.
- Menú.
- Contratación del personal para consolidar el equipo completo de trabajo con actividades asignadas y cargos establecidos.
- Stock variado de insumos y materiales de cocina para el inicio de las operaciones.
- Medios publicitarios definidos y operativos.

Información Histórica:

- Planes de negocios de otras empresas encargadas de la elaboración y venta de entremeses gourmet en Venezuela.
- Planes de negocios de otras empresas encargadas de la elaboración y venta de entremeses gourmet en el mundo entero.
- Planes de negocios de franquicias o de empresas dirigidas a servicios de catering y entregas a domicilio de productos alimenticios.

Premisas/Supuestos:

Se espera que el plan de negocios sea un producto que pueda ser usado como documento para la obtención de financiamiento a crédito por parte de la banca.

Disponer de un local con puestos de trabajos bien distribuidos y cómodos para todo el personal que se esté desempeñando en el lugar, así como todos los equipos necesarios para cada una de las actividades, tanto administrativas como de cocina y los transportes necesarios para la entrega a domicilio.

Para este proyecto se contempla una capacitación del personal de aproximadamente de un mes debido a que el tiempo de ejecución es muy reducido y tal motivo se contratará personal experto en el área tanto de cocina como en el área financiera, de recursos humanos y de cocina.

Restricciones:

- Por nuestra situación país una de las restricciones más fuerte presentes en este proyecto es la procura de los insumos para la elaboración de todo el menú a ofrecer, así que contamos con stock reducidos que deben ser abastecidos en un plazo de tiempo muy corto y dependemos de la disponibilidad o no de estos insumos en este tiempo de reabastecimiento, por ellos se evalúa la posibilidad de tener menú variados para poder solventar la falta de algún insumos y así no dejar de ofrecer los tipos servicios de los que se dispone.

- Tiempos indefinidos para la aprobación de Permisologias para establecimiento de alimentos, se debe estimar tiempos largos para la aprobación de estos permisos exigidos por nuestra normativa nacional y por ello el proyecto puede durar más de los estimado, se evalúa la posibilidad de habilitar alguno de estos permisos para que su aprobación no sea causante de demora al proyecto.

Por El Patrocinador

Gerente del Proyecto

Apendice E. LayOut SABORJALU (Vista Completa)

