



SEDE GUAYAQUIL

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**TESIS DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERÍA COMERCIAL CON MENCIÓN MARKETING**

TEMA:

**DESARROLLO DE UN PLAN DE MARKETING ESTRATÉGICO PARA
INCREMENTAR LA PARTICIPACIÓN DE MERCADO DE LA EMPRESA “4M
BANQUETES Y EVENTOS” EN EL SECTOR EMPRESARIAL DEL NORTE
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL**

AUTORES

KAREN ANDREA ESCALANTE MEDINA

MAYRA ALEJANDRA MÁRQUEZ ARIAS

DIRECTORA

ING. MARIELA PATRICIA CABRERA INTRIAGO, MBA

GUAYAQUIL- ECUADOR

MARZO -2015

Agradecimiento

En primer lugar agradezco a Dios por todas las bendiciones y oportunidades brindadas en mi vida ya que sin ellas no hubiera podido llegar hasta donde estoy.

A mis padres, Carlos Escalante Cornejo y Mónica Medina Ladines quiénes son mi pilar fundamental desde que soy pequeña, y que con sus consejos, esfuerzo y apoyo incondicional me han llevado a ser una profesional.

Al Ing. Francisco Ricaurte Lucín que ha sido mi compañero, mejor amigo y ha compartido estos años de mi vida universitaria dándome su apoyo incondicional y amor.

A mi tutora Ing. Mariela Cabrera quién nos dedicó su valioso tiempo para elaboración del proyecto de graduación.

A todos mis maestros que a lo largo de esta etapa universitaria han compartido sus conocimientos y que con muchos de ellos tengo una buena relación, respeto y admiración. En especial a la Miss Frida Bohórquez quién de manera desinteresada aportó sus conocimientos para nuestro proyecto.

¡Dios los Bendiga!

Karen Andrea Escalante Medina.

Agradecimiento

Dios es el principal gestor de todo este trabajo es por eso que quiero darle las gracias por mostrarme día a día que con humildad y paciencia todo es posible, ya que él ha sido quien me ha acompañado y dado las fuerzas necesarias para culminar esta etapa de mi vida.

Quiero agradecer a mi esposo Robert Carrillo, quien ha sido participe de toda mi vivencia a lo largo de mi carrera, ha sido mi impulso y pilar principal, gracias por su apoyo y amor incondicional ha sido un amigo, compañero inseparable que con sus conocimientos muchas veces apporto a mi aprendizaje.

A mis padres Marcos Márquez y Soraya Arias por el apoyo constante e incondicional y más aún en mis más duros años porque con sus enseñanzas en el hogar y esfuerzos lograron llevarme a la cima de mis logros. También quiero agradecer a cada uno de los miembros de mi familia como lo son hermanas, abuelita, tía incluyendo a mi cuñado, gracias por su trabajo que fue de mucha ayuda para mí.

Este proyecto es el resultado del esfuerzo conjunto realizado junto a mi compañera de tesis Karen Escalante Medina, gracias al esfuerzo, entrega, constancia y dedicación para realizar este trabajo. A mis profesores de la mención de Marketing que estuvieron siempre predispuestos aportando de una u otra forma con sus conocimientos ya que han sido guía para nosotras, en especial a la Ing. Frida Bohórquez por su apoyo. Finalmente a mi tutora de tesis la Ing. Mariela Cabrera por su ayuda en la elaboración de nuestro trabajo de tesis, gracias por acompañarnos en este tiempo, usted también es parte de nuestro logro.

Mayra Alejandra Márquez Arias

Dedicatoria

¡Este triunfo es para mi Dios porque para Él sean todas las glorias y alabanzas!

A mis queridos padres Carlos Escalante Cornejo y Mónica Medina Ladines a quiénes amo mucho y porque todo su esfuerzo se vea reflejado en mí ahora. A mi hermano mayor Andrés Escalante Medina que formó parte de mi crecimiento profesional.

A todos mis familiares que estuvieron pendientes de mi crecimiento y mis logros. A todos mis amigos que me apoyaron con una palabra de aliento.

A mi enamorado quién ha sido mi mejor amigo y mi inspiración, Ing. Félix Francisco Ricaurte Lucín.

Y finalmente a la Universidad Politécnica Salesiana que fue mi segundo hogar y me formó una profesional de bien.

Karen Andrea Escalante Medina

Dedicatoria

Con mucho cariño y aprecio dedico este trabajo de tesis a Dios. A mí amado esposo Robert Carrillo porque todos mis logros serán los de él. Mis padres, hermanas, abuelita y tía este logro es parte de ellos ya que me han acompañado en este camino, porque con su educación y enseñanza de valores han formado en mí una mujer de bien.

Este trabajo también se lo quiero dedicar a mi sobrino Damián Zúñiga Márquez que es una bendición en mi vida quisiera ser un ejemplo siempre para él y demostrarle que con esfuerzo y dedicación podemos alcanzar todo en la vida.

Quiero dedicar este proyecto a una persona muy especial para mí Sr. Mario Carrillo mi suegro un hombre que también luchó junto a mí quien también es parte de este logro, con consejos y mucha ayuda logro muchas veces levantarme sé que desde el cielo seguirá viendo por mí y mi esposo.

Mayra Alejandra Márquez Arias

Declaratoria de responsabilidad

La responsabilidad del contenido, conocimientos desarrollados, análisis realizados, conclusiones y recomendaciones del presente trabajo, corresponden exclusivamente a las autoras; y el patrimonio intelectual de la misma Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Politécnica Salesiana.

Karen Andrea Escalante Medina

C.I. 0920671781

Mayra Alejandra Márquez Arias

C.I. 0930484571

Índice de Contenido

Agradecimiento	ii
Dedicatoria.....	iv
Declaratoria de responsabilidad	vi
Índice de Contenido	vii
Índice de Tablas	xi
Índice de Ilustraciones	xii
Índice de Gráficos	xiii
Resumen.....	xiv
Abstract.....	xvi
Introducción	1
Capítulo 1.....	2
1. Planteamiento del problema	2
1.1 Antecedentes	2
1.2 Justificación	3
1.3 Formulación del Problema	4
1.3.1 General.....	5
1.3.2 Específico	5
1.4 Delimitación	5
1.4.1 Delimitación temporal.	5
1.4.2 Delimitación espacial.	6
1.4.3 Delimitación Académica	6
Capítulo 2.....	7
2. MARCO TEÓRICO	7
2.1 Plan de marketing	7
2.2 Análisis de la situación	7
2.3 Determinación de objetivos	8
2.4 Elaboración y selección de estrategias.....	9
2.5 Plan de acción	10
2.6 Establecimiento de presupuesto	10
2.7 Sistemas de control y plan de contingencias	11

2.8 FODA.....	11
2.9 Ciclo de vida del producto	13
2.10 Análisis de mercado.....	14
2.11 Servicio al cliente	15
2.12 Satisfacción al cliente	15
2.13 Las 8 P's del marketing.....	15
2.14 Análisis Pest	17
2.15 Análisis de Porter	19
2.16 Tipos de Eventos	20
2.17 Cartera de Servicios	21
2.18 Servicios de Catering.....	22
2.19 Tipos de Servicios	22
2.20 Clases de Buffet	23
2.21 Base legal	25
Capítulo 3.....	30
3. INVESTIGACIÓN DE MERCADO	30
3.1 Definición de la población objeto de estudio.....	30
3.2 Tamaño de la muestra.....	31
3.2.1 Cálculo de la muestra	31
3.3 Diseño de la investigación	32
3.3.1 Tipo de investigación	32
3.3.2 Método de la investigación.....	33
3.4. Técnicas de investigación.....	33
3.5 Análisis y presentación.....	34
3.5.1 Encuesta dirigida al personal de empresas del norte de Guayaquil.	34
3.5.2 Encuesta dirigida a empresarios del norte de Guayaquil.	46
3.6 Análisis y conclusión de los resultados.	58
Capítulo 4.....	59
4. PROPUESTA PLAN DE MARKETING ESTRATÉGICO.....	59
4.1 Introducción.....	59
4.2 Objetivos.....	60

4.2.1 General.....	60
4.2.2 Específico	60
4.3 Misión	61
4.4 Visión	61
4.5 Valores	61
4.6 FODA.....	62
4.7 Análisis PEST	63
4.7.1 Análisis Político	64
4.7.2 Análisis Económico.....	64
4.7.3 Análisis Social.....	65
4.7.4 Análisis Tecnológico	66
4.8 Análisis cinco Fuerzas de Porter	66
4.8.1 Poder de negociación con los clientes.....	66
4.8.2 Poder de negociación de los proveedores.....	67
4.8.3 Amenaza de entrada de nuevas competencias	69
4.8.4 Amenaza de productos sustitutos	69
4.8.5 Rivalidad de competidores.....	69
4.9 Análisis del Servicio.....	70
4.9.1 Cartera de Servicios.....	70
4.10 Nuevo logo y slogan	73
4.11 Plan Estratégico de Marketing.....	73
4.11.1 Participación de mercado.....	73
4.11.2. Estrategia de Marketing 8'Ps	74
4.12 Plan de Acción	87
4.13 Control y Seguimiento.....	88
4.14 Estado de Resultado	89
4.15 Presupuesto para el plan.....	89
4.16 Manuales de funciones por cargo.....	91
4.16.1 Manual de la empresa “4M Banquetes y Eventos”	91
4.16.2 Manual de Chef.....	93
4.16.3 Manual de Asistente de Atención al Público	95

Conclusiones	99
Recomendaciones	100
Bibliografía	101

Índice de Tablas

Tabla 2.1 Componentes de Análisis Foda	12
Tabla 2.2 Tipos de Eventos.....	20
Tabla 2.3 Cartera de servicios.....	21
Tabla 3.1 Número de compañías en Guayaquil	30
Tabla 3.2 Género de las personas encuestadas.....	34
Tabla 3.3 Edad de las personas encuestadas	35
Tabla 3.4 Servicios de catering empresarial.....	36
Tabla 3.5 Servicios de catering dirigido a su sector.....	37
Tabla 3.6 Evento social	38
Tabla 3.7 Buffet a domicilio	39
Tabla 3.8 Servicios de catering en las empresas.....	40
Tabla 3.9 Tipos de menús	41
Tabla 3.10 Calificación de servicio actualmente	42
Tabla 3.11 Calidad de la comida en su empresa	43
Tabla 3.12 Importancia de servicio de catering	44
Tabla 3.13 Dinero a pagar por un servicio de catering	45
Tabla 3.14 Género de los encuestados	46
Tabla 3.15 Edad de los encuestados	47
Tabla 3.16 Servicios de catering en su empresa	48
Tabla 3.17 Empleados en sus nóminas	49
Tabla 3.18 Servicio de comida para el personal.....	50
Tabla 3.19 Necesidad de que haya servicio de comida en la empresa.....	51
Tabla 3.20 Evento en la empresa	52
Tabla 3.21 Contrato de empresas de catering	53
Tabla 3.22 Tiempo que contrata los servicios de catering.....	54
Tabla 3.23 Empresa de catering segura y confiable.....	55
Tabla 3.24 Importancia de los servicios de catering	56
Tabla 3.25 Dinero a pagar por un servicio de catering	57
Tabla 4.1 Lista de proveedores	68
Tabla 4.2 Cartera de Servicio	70
Tabla 4.3 Participación de mercado	74
Tabla 4.4 Descuentos corporativos	77
Tabla 4.5 Descuentos para eventos	77
Tabla 4.6 Estimación de ganancia	82
Tabla 4.7 Plan de acción	87
Tabla 4.8 Estado de resultado	89
Tabla 4.9 Presupuesto para el plan de marketing.....	90
Tabla 4.10 Descripción del cargo y de funciones de Coordinador de Eventos.....	91
Tabla 4.11 Descripción de funciones del Chef.....	93
Tabla 4.12 Descripción de funciones de Asistente.....	95

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1.1 Croquis Ciudadela Floresta III Mz 212 Villa 1	6
Ilustración 2.1 Ciclo de Vida del Producto	13
Ilustración 2.2 Ejemplos de Factores Económicos	17
Ilustración 2.3 Ejemplos de Factores Tecnológicos	18
Ilustración 2.4 Ejemplos de Factores Políticos	18
Ilustración 2.5 Ejemplos de Factores Sociales	19
Ilustración 2.6 Cartera de Servicios	21
Ilustración 2.7 Cartera de Servicios	22
Ilustración 2.8 Buffet de Desayuno.....	23
Ilustración 2.9 Buffet de almuerzo o cena.....	24
Ilustración 2.10 Buffet de estructura fija.....	24
Ilustración 2.11 Buffet de estructura movible	25
Ilustración 3.1 Fórmula para cálculo de la muestra	31
Ilustración 4.1 Logo y slogan.....	73
Ilustración 4.2 Dirección del local.....	76
Ilustración 4.3 Local nuevo de “4M Banquetes y Eventos”	76
Ilustración 4.4 Fan page de Facebook	79
Ilustración 4.5 Portal en página web	79
Ilustración 4.6 Tarjeta de presentación antes	80
Ilustración 4.7 Tarjeta de presentación ahora	80
Ilustración 4.8 Volantes antes	80
Ilustración 4.9 Volantes ahora	81
Ilustración 4.10 Seminario Teórico y Práctico de Ambientación de Eventos.....	83

Índice de Gráficos

Gráfico 2.1 El Proceso de Control	11
Gráfico 2.2 Las 8P`s del Marketing.....	15
Gráfico 3.1 Tipos de investigación.....	32
Gráfico 3.2 Género de las personas encuestadas.....	34
Gráfico 3.3 Edad de las personas encuestadas	35
Gráfico 3.4 Servicios de catering empresarial.....	36
Gráfico 3.5 Servicios de catering dirigido a su sector.....	37
Gráfico 3.6 Evento social.....	38
Gráfico 3.7 Buffet a domicilio	39
Gráfico 3.8 Servicios de catering en las empresas.....	40
Gráfico 3.9 Tipos de menús.....	41
Gráfico 3.10 Calificación de servicio actualmente	42
Gráfico 3.11 Calidad de la comida en su empresa	43
Gráfico 3.12 Importancia de servicio de catering	44
Gráfico 3.13 Dinero a pagar por un servicio de catering	45
Gráfico 3.14 Género de los encuestados.....	46
Gráfico 3.15 Edad de los encuestados	47
Gráfico 3.16 Servicios de catering en su empresa	48
Gráfico 3.17 Empleados en sus nóminas.....	49
Gráfico 3.18 Servicio de comida para el personal.....	50
Gráfico 3.19 Necesidad de que haya servicio de comida en la empresa.....	51
Gráfico 3.20 Evento en la empresa	52
Gráfico 3.21 Contrato de empresa de catering.....	53
Gráfico 3.22 Tiempo que contrata los servicios de catering	54
Gráfico 3.23 Empresa de catering segura y confiable	55
Gráfico 3.24 Importancia de los servicios de catering.....	56
Gráfico 3.25 Dinero a pagar por un servicio de catering	57
Gráfico 4.1 Antes del Evento.....	84
Gráfico 4.2 Previo al evento	85
Gráfico 4.3 Día del evento	86



SEDE GUAYAQUIL

Carrera Administración de Empresas Mención Marketing

DESARROLLO DE UN PLAN DE MARKETING ESTRATÉGICO PARA INCREMENTAR LA PARTICIPACIÓN DE MERCADO DE LA EMPRESA “4M Banquetes y Eventos” EN EL SECTOR EMPRESARIAL DE NORTE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.

Autores: Karen Andrea Escalante Medina kescalante@est.ups.edu.ec

Mayra Alejandra Márquez Arias mmarquez@est.ups.edu.ec

Directora: Ing. Mariela Patricia Cabrera Intriago, MBA mcabrera@ups.edu.ec

Resumen

Este proyecto tiene como finalidad el desarrollo de un plan de marketing estratégico que le permita a la empresa “4M Banquetes y Eventos” incrementar su posicionamiento en el mercado, mediante estrategias que serán enfocados en el sector empresarial del norte de Guayaquil, logrando ser reconocido en este entorno.

Para conocer este mercado se empleó el nivel de investigación descriptiva y el tipo de investigación de campo, donde se aplicó la encuesta para conocer las necesidades, requerimientos y punto de vista de empresarios y empleados. El resultado de la investigación sirvió como herramienta para mejorar la situación alimenticia de muchas personas que trabajan en el norte de la ciudad de Guayaquil y a la vez de introducir los servicios de catering y eventos sociales que ofrece la empresa “4M Banquetes y Eventos”.

Finalmente se presenta la propuesta del plan de marketing estratégico, donde se plantea objetivos, misión, visión, análisis FODA, análisis de las cinco fuerzas de Porter y las respectivas estrategias de marketing que ayudarán para que la empresa “4M Banquetes y Eventos” pueda incrementar su posicionamiento en el mercado, ingresando primero con su servicio de catering a las empresas del sector norte de Guayaquil para dar a conocer el nombre de la empresa y posteriormente ofertar la cartera de servicios que cuenta la empresa “4M Banquetes y Eventos”.

Palabras claves:

Plan de marketing estratégico, catering, estrategias, sector empresarial, posicionamiento.



SEDE GUAYAQUIL

Carrera Administración de Empresas Mención Marketing

DESARROLLO DE UN PLAN DE MARKETING ESTRATÉGICO PARA INCREMENTAR LA PARTICIPACIÓN DE MERCADO DE LA EMPRESA “4M Banquetes y Eventos” EN EL SECTOR EMPRESARIAL DE NORTE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.

Autores: Karen Andrea Escalante Medina

kescalante@est.ups.edu.ec

Mayra Alejandra Márquez Arias

mmarquez@est.ups.edu.ec

Directora: Ing. Mariela Patricia Cabrera Intriago, MBA

mcabrera@ups.edu.ec

Abstract

This project aims to develop a strategic marketing plan that will allow the company “*4M Banquetes y Eventos*” (*4M banquets and events*) increase its market segment positioning and reaching recognition through strategies that will be focused on the business sector north of Guayaquil.

To meet this sector the study used were descriptive research and field research where surveys were applied to meet needs and requirements from the point of view of employers and employees. The results were used as tool to improve the nutritional status of many people working in the north of the city of Guayaquil while entering the catering company offering “*4M BAQUENTES Y EVENTOS*” (*4M banquets and events*).

Finally the strategic marketing plan is proposed, where goals, mission, vision, SWOT analysis, analysis of Porter's five forces and the respective market strategies that will

help arises for the company 4M Banquets and Events murder to increase its positioning in the market, first entry their catering services to the companies in the northern sector of Guayaquil to publicize the name of the company and then offer the portfolio of services that the company 4M Banquets and Events provides.

Keywords:

Strategic marketing plan, catering, business positioning, employers and employees.

Introducción

La empresa “4M Banquetes y Eventos” es una empresa dedicada a ofrecer servicios de catering desde hace ocho años y que se ha mantenido en el mercado por la fidelización de sus clientes más potenciales.

La demanda de los servicios de catering en la actualidad son altos ya sea en el sector empresarial o sea en el sector social, debido a las diversas necesidades que el mercado solicita y la competencia de empresas que ofrecen el mismo servicio. Es por esto que se busca desarrollar un plan de marketing estratégico a la empresa “**4M Banquetes y Eventos**” quienes no han tenido una estructura organizacional y tampoco estrategias de ventas que le permitan tener un posicionamiento alto dentro del mercado de catering.

Se han desarrollado cuatro capítulos en este proyecto, a continuación se detalla su contenido:

El primer capítulo contiene el planteamiento del problema identificado, la justificación, objetivos, delimitación.

El segundo capítulo contiene el marco teórico que fundamenta las teorías sobre el tema a desarrollar y la base legal.

El tercer capítulo muestra los métodos utilizados para adquirir información en base a la investigación de mercado, lo cual llevará a un análisis y conclusión de los resultados que encaminará a la propuesta de marketing.

Y en el capítulo cuatro se detallará la propuesta de trabajo, plan de marketing, estrategias y financiamiento para la empresa “4M Banquetes y Eventos”, también se tomará en cuenta aspectos tanto internos como externos que favorecerán a la empresa sin olvidar los obstáculos que puedan impedir el crecimiento de la misma.

Capítulo 1

1. Planteamiento del problema

1.1 Antecedentes

En la ciudad de Guayaquil actualmente existe un gran porcentaje de empresas que ofrecen servicios de catering, donde se refleja el nivel de competencia que tienen cada una a pesar de ofrecer el mismo tipo de servicios.

El problema radica en que la empresa “4M Banquetes y Eventos” no cuenta con una estructura de cultura organizacional es decir, no tiene misión, visión, objetivo, clima laboral y ha trabajado con un segmento de mercado limitado, la empresa no ha logrado posicionarse completamente en el mercado guayaquileño por falta de promoción, publicidad y un lugar estratégico donde pueda atender a los posibles consumidores que se interesan en sus servicios, ya que actualmente no cuenta con una oficina donde se la puede contactar por lo que sus clientes la encuentran en su lugar de domicilio ubicado en el sur de la ciudad, esta falta de lugar físico también reduce las posibilidades de promocionarse de una mejor manera. Por ello los medios más utilizados por la empresa son las redes sociales y el network marketing o también conocido como método de publicidad directa (de boca a boca). Es por estas razones que se propone el desarrollo de un Plan de Marketing Estratégico para “4M Banquetes y Eventos” que lleva 8 años en el mercado Guayaquileño prestando servicios de organización de eventos se desea

incrementar la participación de su mercado para lograr el éxito esperado por su propietaria.

1.2 Justificación

El presente proyecto propone desarrollar un Plan de Marketing Estratégico para la empresa “4M Banquetes y Eventos”, que lleva funcionando hace ocho años sus labores en el mercado de servicios de catering, el cual fue emprendido por la Señora Soraya Arias de Márquez quién tuvo una visión empresarial sobre su negocio pero no ha logrado posicionarlo en todo el mercado Guayaquileño.

Se realizará un análisis de sus fortalezas y debilidades como factor interno, y como factor externo tomaremos en cuenta a los competidores, clientes actuales y clientes potenciales para así diseñar estrategias que permitan resaltar las actividades que desempeñan y darse a conocer más a nivel local. La importancia de que las personas y los posibles clientes recuerden la marca o el nombre de una empresa radica en gran parte a factores donde el marketing juega un papel muy importante a la hora de dar a conocer un producto o servicio, llevando a cabo su distribución, promoción y precio.

En un mercado de servicios de catering es muy importante establecer estrategias que logren la diferenciación de un negocio con otro, para así poder asegurar la fidelidad de los clientes a largo plazo, teniendo una clara visión de lo que la empresa quiere transmitir ofreciendo un servicio personalizado que abarque todo aquello que solicite un cliente para su evento. Hemos tomado en consideración el sector empresarial ubicado en la zona norte de la ciudad de Guayaquil.

Se busca ingresar al mercado por medio del sector empresarial del norte debido al movimiento que se realiza a diario en las empresas con respecto a los eventos sociales, como empresa de eventos buscamos ingresar como proveedores directos de las empresas proporcionándoles nuestros servicios como: coffee break para reuniones o conferencias, cumpleaños para el personal, buffet diversas ocasiones, decoraciones con cualquier motivo, desayunos empresariales, almuerzos, cenas, fiestas de navidad, entre otros.

1.3 Formulación del Problema

En la actualidad, los servicios de catering han tomado fuerza, debido a que existe una alta demanda para obtener un proveedor que preste un servicio alimenticio para empleados y empresarios de una entidad, sumado a esto la necesidad para prestar un servicio que facilite el desarrollo completo de un evento social. Este servicio ha provocado el aumento de requerimientos por parte de los consumidores es por eso que en el mercado se ve el crecimiento y el ingreso de nuevas empresas que ofertan servicios de catering y eventos sociales.

“4M Banquetes y Eventos” incursiona en este mercado desde hace ocho años para lograr cubrir las expectativas de los consumidores y obtener como respuesta una buena rentabilidad y fidelidad por parte de sus clientes, porque debido a la alta demanda de servicios de catering en el mercado hace que el nivel de competencia se incremente y a su vez que la empresa tenga menos posibilidades de expansión.

En la actualidad la empresa cuenta con los recursos y proveedores necesarios para poder abarcar un servicio de calidad y de mayor magnitud, pero lamentablemente no tiene posicionamiento dentro del mercado por falta de gestión de marketing, publicidad y asesoramiento. Pero el motivo principal de su bajo posicionamiento es el hecho de llevar poco tiempo realizando esta actividad en el mercado lo que dificulta el crecimiento de la empresa.

Objetivos

1.3.1 General

Desarrollar un Plan de marketing estratégico que incremente la participación en el mercado de servicios catering, creando una fidelización del cliente para la empresa “4M Banquetes y Eventos” en el sector empresarial del Norte en la ciudad de Guayaquil.

1.3.2 Específico

- Realizar un análisis situacional del mercado de servicios de catering en el sector empresarial del norte en la ciudad de Guayaquil identificando sus necesidades, preferencias y gustos.
- Elaborar un análisis de la gestión de marketing y ventas de la empresa “4M Banquetes y Eventos”.
- Diseñar estrategias de marketing para mejorar el posicionamiento de la empresa “4M Banquetes y Eventos” en el sector empresarial del norte en la ciudad de Guayaquil.
- Crear estrategias de seguimiento y control para el cumplimiento del plan de marketing.

1.4 Delimitación

1.4.1 Delimitación temporal: El Plan se realizará en un periodo de seis meses con el fin de crear estrategias que ayude a incrementar la rentabilidad de la empresa “4M Banquetes y Eventos”.

1.4.2 Delimitación espacial: Posicionamiento en el mercado de servicios de catering para la ciudad de Guayaquil para la empresa “4M Banquetes y Eventos”.

1.4.3 Delimitación Académica: Este plan de marketing se enfocará en aquellos factores que ayudarán al crecimiento en el mercado de “4M Banquetes y Eventos”, se utilizarán herramientas de estudio mediante un análisis significativo que facilitará la creación de dichas estrategias.

Ilustración 1.1 Croquis Ciudadela Floresta III Mz 212 Villa 1



Fuente: Google maps

Elaborado: Las autoras

Capítulo 2

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Plan de marketing

El plan de marketing es esencial para el funcionamiento de cualquier empresa y la comercialización eficaz y rentable de cualquier producto o servicio, incluso dentro de la propia empresa. El plan de marketing proporciona una visión clara del objetivo final y de lo que se quiere conseguir en el camino hacia éste. A la vez informa con detalle de las importantísimas etapas que se han de cubrir para llegar desde donde se está hasta donde se quiere ir. (William A. Cohen , 2008)¹

Al realizar un plan de marketing para la empresa “4M Banquetes y Eventos”, estamos definiendo lo que se desea a futuro, que es aumentar la participación de mercado en el sector empresarial del norte de la ciudad de Guayaquil.

2.2 Análisis de la situación

Se estudia el entorno económico donde se desenvuelve la empresa y los competidores, analizando objetivamente las circunstancias en las que puedan afectar al proyecto.

En este análisis se puede diferenciar tres condiciones que son fundamentales:

¹<http://books.google.com.ec/books?id=DXKa8kOZvWQC&printsec=frontcover&dq=plan+de+marketing&hl=es&sa=X&ei=qSl3VMCSCoimgwS2k4KIAg&ved=0CCQQ6AEwAA#v=onepage&q=plan%20de%20>

- Condiciones generales: Son las que afectan a todo el sector en el que la empresa está inmerso económicamente como tecnologías, sociales, del entorno, políticos, legales, culturales, etc.
- Condiciones de la competencia: Son los que van a actuar deliberadamente contra los intereses de la empresa, presentando con detalle a los posibles competidores, sus productos, sus debilidades, puntos fuertes, proveedores, estrategias y tácticas actuales.
- Condiciones de la propia empresa: Son las relaciones con los proveedores y agentes financieros, para finalmente agrupar toda la información y analizar sus puntos fuertes y débiles.

2.3 Determinación de objetivos

Los objetivos son un punto central en la elaboración del plan de marketing ya que conduce al logro de ellos, además se deben determinar numéricamente dónde se quiere llegar y cómo acordando al plan estratégico general.

Un objetivo representa también la solución deseada ante un problema de mercado o a la explotación de una oportunidad.

Con el establecimiento de los objetivos lo que se busca es el volumen de ventas o participación de mercado con el menor riesgo posible, para esto los objetivos deben ser:

- Viables: Es decir, que se pueda alcanzar.
- Concretos y precisos: Deben ser coherentes con las directrices de la compañía.
- En el tiempo: Ajustado al plan de trabajo.
- Consensuados: Es decir, que sean aceptados por todos los miembros de la compañía.
- Flexibles: Que sean adaptados a la necesidad del momento.

- Motivadores: Al igual que el área de ventas de una empresa, debe ser constituido como un reto alcanzable.

Entre los tipos de objetivos básicos que se puede escoger para el proyecto son:

- Objetivo de posicionamiento
- Objetivo de ventas
- Objetivo de viabilidad

2.4 Elaboración y selección de estrategias

Esta etapa consiste en que las estrategias estén bien definidas de cara a posicionarse ventajosamente en el mercado y frente a la competencia para alcanzar la mayor rentabilidad a los recursos comerciales asignados en la empresa.

Así mismo se deben formular las estrategias sobre la base que se realice de los puntos fuertes y débiles, oportunidades y amenazas que existan en el mercado, así como los factores internos y externos que intervienen en las directrices de la compañía.

El proceso a seguir para elegir las estrategias se basa en:

- La definición del público objetivo target al que se desee llegar.
- El planteamiento general y objetivos específicos de las diferentes variables del marketing (producto, comunicación, fuerza de ventas, distribución).
- La determinación del presupuesto en cuestión.
- La valoración global del plan, elaborando la cuenta de explotación provisional, la cual nos permitirá conocer si obtenemos la rentabilidad fijada.
- La designación del responsable que tendrá a su cargo la consecución del plan de marketing.(Escudero, 2006)

2.5 Plan de acción

Para conseguir los objetivos propuestos en el plazo determinado se deberá elaborar un plan de acción que definan las tácticas concretas que se deben poner en práctica, para ello se implica necesariamente disponer de los recursos humanos, técnicos y económicos logrando a buen término el plan de marketing.

Entre las tácticas que se debe tomar en cuenta para la ejecución del plan de acción estarán englobadas dentro del marketing mix:

- Sobre el producto: Lanzamiento de nuevos productos, creación de nuevas marcas, mejora de calidad, nuevos envases y tamaños, valores añadidos al producto.
- Sobre el precio: Revisión de las tarifas actuales, descuentos, bonificaciones de compra.
- Sobre los canales de distribución: Comercializar a través de internet, fijación de condiciones a los mayoristas, apertura de nuevos canales de distribución, mejoras del plazo de entrega, subcontratación de transporte.
- Sobre la comunicación integral: Potenciación de página web, plan de medios y soportes, determinación de presupuestos, campañas promocionales, política de marketing directo, presencia en redes sociales.(MAPCAL, 2005)

2.6 Establecimiento de presupuesto

Una vez que se hayan determinado las acciones que se van a llevar a cabo, esto se debe materializar en presupuesto cuya secuencia de gasto se hace según los programas de trabajo y tiempo aplicados. Para que la dirección general apruebe el plan de Marketing, deseará saber la cuantificación del esfuerzo expresado en términos monetarios y de esa manera proyectarse a un futuro en cuanto a ingresos y gastos en un proyecto, a su vez determinar si es viable o no realizar dicha propuesta considerando todos que todos los valores estén actualizados.

2.7 Sistemas de control y plan de contingencias

La gestión de control permite saber el grado de cumplimiento de los objetivos a medida que se van aplicando las estrategias, también a través de este control se pretende prevenir los posibles fallos que se hayan generado para poder aplicar soluciones y medidas correctoras a tiempo.

Gráfico 2.1 El Proceso de Control



Fuente: <http://www.marketing-xxi.com/etapas-del-plan-de-marketing-136.htm>

Elaborado por: Rafael Muñiz González (autor de documento)

2.8 FODA

Uno de los primeros análisis que se debe realizar al momento de entrar en competencia en un mercado, es el FODA, que la editora Díaz de Santos menciona en el libro “El Plan de Negocios” de la siguiente forma:

La intención del análisis FODA es tener claro cuáles van a ser los factores positivos y negativos (tanto internos como externos) que van a afectar positiva y negativamente a la compañía en el camino a la consecución de sus objetivos estratégicos planteados. De este modo el análisis FODA brinda la información y herramientas necesarias para el

desarrollo de estrategias que contribuyan a disminuir el impacto de los factores negativos y a maximizar el impacto de los factores positivos.

Tabla 2.1 Componentes de Análisis Foda

Factores que favorecen el logro de los objetivos	Factores que obstaculizan el logro de los objetivos
FORTALEZAS	DEBILIDADES
OPORTUNIDADES	AMENAZAS

Fuente: MAPCAL S.A., “El Plan de Negocios”

Elaboración: MAPCAL S.A.

Ahora bien, una vez que ya se ha explicado qué es el análisis FODA, resulta pertinente detallar a qué hacen referencia los cuatro componentes del mismo; los cuales se detallan en el mismo trabajo citado:

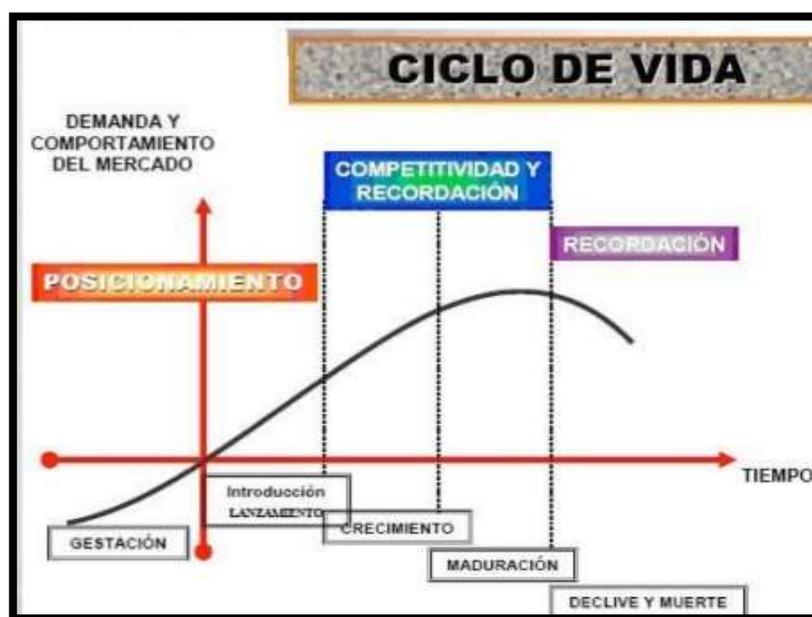
- **FORTALEZAS:** Se denominan fortalezas o “puntos fuertes” aquellas características propias del negocio que le facilitan o favorecen el logro de los objetivos.
- **OPORTUNIDADES:** Se denominan oportunidades aquellas situaciones que se presentan en el entorno del negocio y que podrían favorecer el logro de los objetivos.
- **DEBILIDADES:** Se denominan debilidades o “puntos débiles” aquellas características propias del negocio que constituyen obstáculos internos al logro de los objetivos.
- **AMENAZAS:** Se denominan amenazas aquellas situaciones que se presentan en el entorno de las empresas y que podrían afectar negativamente las posibilidades de logro de los objetivos.

El análisis FODA, en consecuencia, permite:

- Determinar las verdaderas posibilidades que tiene el negocio de alcanzar los objetivos que se había establecido inicialmente.
- Concienciar al dueño del negocio sobre los obstáculos que deberá afrontar.
- Permitirle explotar más eficazmente los factores positivos y neutralizar o eliminar el efecto de los factores negativos. (Levy, 2005)

2.9 Ciclo de vida del producto

Ilustración 2.1 Ciclo de Vida del Producto



Fuente: Google imágenes ciclo de vida del producto

El Ciclo de Vida de un Producto/Servicio se refiere al desarrollo que experimentan los productos y/o servicio de una empresa, desde su lanzamiento hasta su retirada del mercado.

Las fases de este proceso: introducción, crecimiento, maduración y declive, marcarán no sólo la rentabilidad de la empresa, si no su futura estrategia empresarial.

En este sentido, si el ciclo de vida de los productos/servicios de una empresa, es largo (espaciado en el tiempo entre sus diferentes fases), se garantizará no sólo, una presencia

rentable del producto/servicio en el mercado, sino una menor necesidad por parte de la empresa de sustituir o reemplazar estos productos/servicios, por otros nuevos. Las consecuencias de este hecho serán una menor propensión al cambio y aversión cultural al riesgo, lo que se traducirá en la adopción de estrategias empresariales de corte conservador.

Si por el contrario, el ciclo de vida de los productos/servicios de la empresa, es muy corto (transición muy rápida en el tiempo desde la introducción a la retirada del mercado de los productos/servicios de la empresa), la vida útil de los productos/servicios de la empresa, será breve. (Liderazo y empresa)

2.10 Análisis de mercado

Este proyecto está enfocado al mercado de consumo, en el que se comercializan bienes y servicios destinados al consumo individual o familiar.

Los mercados de consumo se caracterizan por aspectos:

- Demográficos: Son las diferencias de género, edad, etnia, ingresos, ocupación, educación, tamaño de la familia, religión, generación, nacionalidad y clase social, incluso.
- Psicográficas: Incluyen intereses, actividades, opiniones, valores y actitudes. Una empresa puede comprender mejor las opiniones y actitudes del consumidor después de realizar un focus group, y puede utilizar esa información para personalizar la publicidad o las campañas de mercadotecnia.
- De conducta: Incluyen las tasas de uso del producto, la lealtad de marca, el estado del usuario o el tiempo que ha sido un cliente e incluso los beneficios que los consumidores buscan.
- Geográficos: Se basan en el tamaño del mercado, la región, la densidad de población e incluso el clima.(S.L, 2008)

2.11 Servicio al cliente

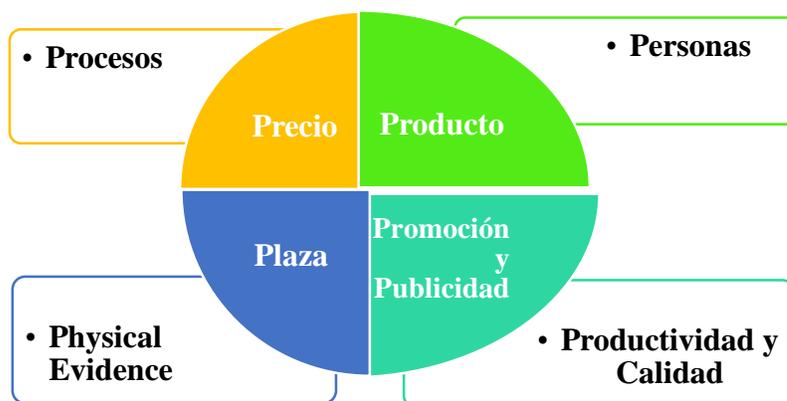
El servicio son prestaciones que un cliente espera recibir a cambio de un precio, es así que se debe ofrecer calidad por un servicio y no basarse solamente en vender más por obtener mayores ventas si no en saber cuáles son las necesidades de los clientes para ofrecer lo adecuado. (S.L. P. V., La Calidad en el Servicio al Cliente , 2008)

2.12 Satisfacción al cliente

Muchos conocen el significado de la palabra satisfacción pero Richard Oliver ofrece una explicación sobre el significado de esta palabra. Satisfacción es alcanzar un nivel de saciedad que alcanza una persona después de haber probado algo de lo cual un cliente puede dar una valoración a este hecho y determinar si ello satisface sus necesidades de lo contrario se producirá una insatisfacción, esto puede influir mucho en las emociones y percepciones de un cliente.(VALERIE A. ZEITHAML, 2002)

2.13 Las 8 P's del marketing

Gráfico 2.2 Las 8P's del Marketing



Elaborado por: Autoras

A continuación se explicará un poco sobre el significado de cada una de las P de la mezcla de marketing mix mejorada donde se ha incrementado cuatro P's más que darán a conocer.

El análisis de las 8'Ps del marketing de servicios es la nueva mezcla de marketing donde se incrementan cuatro factores de hecho para efectivizar la entrega final de los servicios basándose en técnicas que ayudarán a mejorar y optimizar el desempeño del servicio para así cumplir con los requerimientos de los clientes.

- **Producto/ Servicio:** Son aquellos bienes intangibles creados con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes.
- **Plaza:** Indica todos aquellos medios que se utilizará para mostrar el producto/servicio.
- **Promoción:** Son las actividades que se deben llevar a cabo para dar a conocer la marca para ganar el interés de los consumidores, se debe aprovechar este punto para proporcionar la información necesaria del servicio para que el cliente se sienta más seguro de lo que va adquirir.
- **Precio:** Es el valor monetario que se fija tanto en un producto o servicio que servirá como mecanismo para generar ingresos, se fija de acuerdo a los factores como tipo de cliente, lugar, nivel de la demanda y poder adquisitivo.
- **Personas:** Se toma en cuenta ambas partes tanto el personal de trabajo como los clientes, mide las destrezas del personal de trabajo y la interacción que existe entre ambas partes.
- **Physical Evidence (Evidencia Física):** Es la apariencia del establecimiento, de cual va ser la imagen por la que se identificará hacia sus clientes, también se considera letreros, materiales impresos y todo lo que sea tangible y visible al público incluyendo el personal de trabajo.
- **Procesos:** Como su nombre lo indica es el conjunto de pasos consecutivos que se llevarán a cabo para garantizar la entrega final de lo ofrecido.(Wirtz, 2009)
- **Productividad y Calidad:** Son elementos esenciales, la calidad debe definirse para la diferenciación del servicio y fomentar la lealtad y satisfacción del cliente, mientras

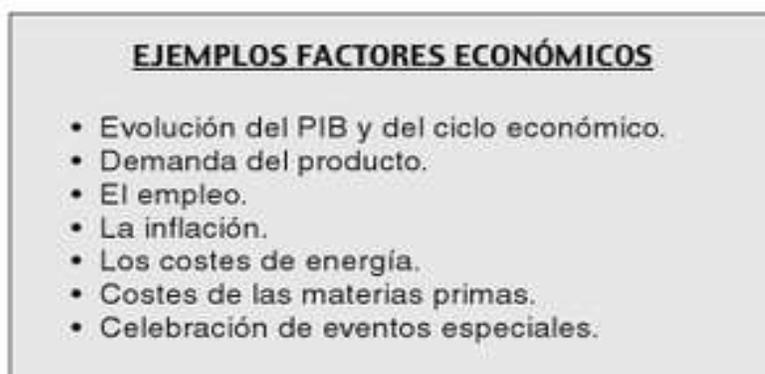
que la productividad busca mejorar reduciendo costos pero esto sin afectar la calidad del servicio.(PESANED, 2011)

2.14 Análisis Pest

Toda estrategia debe tomar en cuenta el ambiente externo del negocio realizar un análisis y examinar datos actualizados sobre la situación actual del entorno, de esta manera se podrá detectar cualquier cambio en la sociedad. Es por eso que se definen cuatro aspectos que deben ser tomados en cuenta ya que influenciarán de manera directa en el negocio.(Gutierrez, 2012)

- Factores Económicos: Son aquellos indicadores económicos que se presentan en cada sociedad, existen varios tipos de indicadores pero no todos influyen de manera directa en todos los casos.

Ilustración 2.2 Ejemplos de Factores Económicos



Fuente: Díaz de Santos, S.A.; La Elaboración del Plan Estratégico y su Implantación a Través del Mando Integral.

Elaboración: Díaz de Santos, S.A.

- Factores Tecnológicos: Este factor va permitir que cualquier negocio tenga la oportunidad de mejorar utilizando todos aquellos medio tecnológicos actualizados que proporcionarán innovaciones logrando diferenciarse siempre de la competencia.

Ilustración 2.3 Ejemplos de Factores Tecnológicos

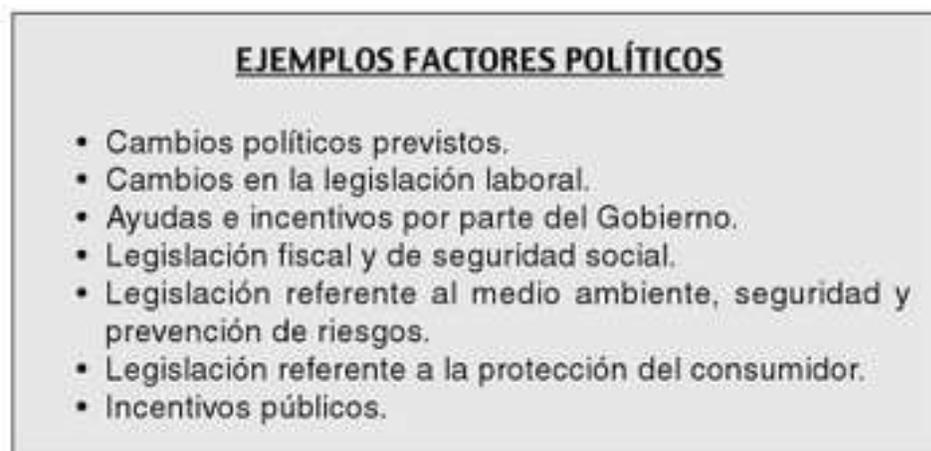


Fuente: Díaz de Santos, S.A.; La Elaboración del Plan Estratégico y su Implantación a Través del Mando Integral.

Elaboración: Díaz de Santos, S.A.

- Factores Políticos: Son todas aquellas leyes, regulaciones jurídicas y procesos políticos que de cierta manera pueden beneficiar o perjudicar un negocio.

Ilustración 2.4 Ejemplos de Factores Políticos

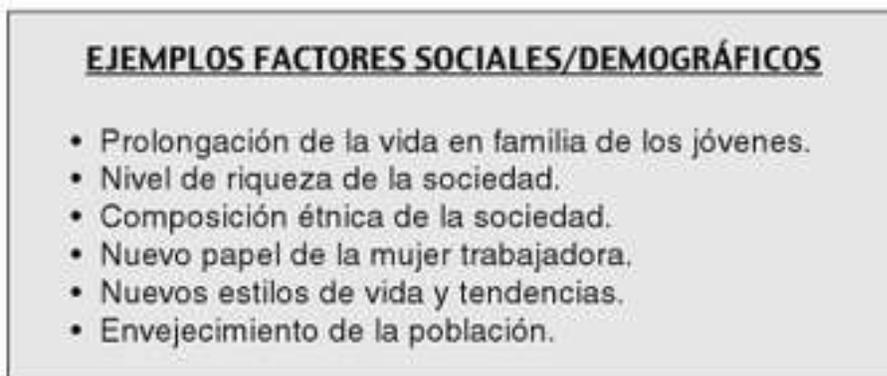


Fuente: Díaz de Santos, S.A.; La Elaboración del Plan Estratégico y su Implantación a Través del Mando Integral.

Elaboración: Díaz de Santos, S.A.

- Factores Sociales y Demográficos: La demografía incluye factores como edad, género, estado civil, nivel social, cultura, entre otros.

Ilustración 2.5 Ejemplos de Factores Sociales



Fuente: Díaz de Santos, S.A.; La Elaboración del Plan Estratégico y su Implantación a Través del Mando Integral.

Elaboración: Díaz de Santos, S.A.

2.15 Análisis de Porter

Es una herramienta creada por Michael Porter que permite realizar un análisis del entorno competitivo basado en cinco fuerzas:

1) La Amenaza de Nuevos Entrantes

Se refiere a la posibilidad de que las empresas ya existentes pierdan reconocimiento debido a la entrada de nuevos competidores, dependiendo también de las barreras de entrada, entonces de esa manera se determinará los aspectos que afectarán a una empresa que quiere ingresar en ese mercado donde ya opera otra entidad.

2) El Poder de Negociación de los Clientes

Hace referencia a la acción de los clientes de exigir disminución de precios por mayores beneficios y mejor calidad lo que causa mayor rivalidad entre competidores ya que todos buscan satisfacer su mercado para no perder su clientela. Debe existir una comparación entre el negocio y el gran grupo de compradores.

3) El Poder de Negociación de los Proveedores

El poder de negociación puede llegar a afectar a la competencia en el caso de que se tengan muchos proveedores, ambas partes deben llevar una buena relación tanto proveedor como productor llegando a acuerdos de precios razonables y brindando siempre calidad en todo.

4) La Amenaza de Productos y Servicios Sustitutivos

Dentro del mercado encontraremos productos y servicios con características similares que puedan brindar los mismos beneficios de la oferta general, estos productos sustitutos pueden llegar a disminuir la rentabilidad de un sector.

5) Intensidad de la Rivalidad entre Competidores de un Sector

La rivalidad se presenta cuando la competencia se siente en la obligación de mejorar una propuesta ya existente en el mercado, es por ellos que siempre hay que estar un paso delante de la competencia para poder reaccionar en el momento indicado utilizando buenas estrategias para mejorar un servicio o producto. (DANIEL MARTÍNEZ PEDRÓS, 2005)

2.16 Tipos de Eventos

Tabla 2.2 Tipos de Eventos

<p>SOCIALES:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Bodas ✓ Quinceañeras ✓ Graduaciones ✓ Bautizos ✓ Primera Comunión ✓ Baby Shower ✓ Cumpleaños ✓ Fiestas Temáticas ✓ Fiestas Infantiles ✓ Conciertos 	<p>CORPORATIVOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Coctel ✓ Buffet ✓ Cenas Navideñas ✓ Almuerzos ✓ Coffee Break ✓ Desayunos ✓ Brunch ✓ Lunch ✓ Aniversarios Empresariales ✓ Olimpiadas ✓ Parrilladas
---	---

Elaborado por: las autoras

2.17 Cartera de Servicios

Tabla 2.3 Cartera de servicios

OFERTAS GASTRONOMICAS:	EVENTOS ESPECIALES:	VARIOS:
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Desayunos ✓ Brunch ✓ Almuerzos ✓ Cenas ✓ Buffet ✓ Parrilladas ✓ Coffee Break ✓ Café o Te ✓ Coctel ✓ Tortas Personalizadas ✓ Postres y bocaditos 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Fiestas Temáticos ✓ Eventos Sociales de todo tipo ✓ Entregas Especiales para toda ocasión con diferentes personajes ✓ Hora Loca ✓ Cantantes en vivo ✓ Grupos Musicales 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Entregas a domicilio de buffet, postres, bocaditos ✓ Banquete a domicilio²

Elaborado por: las autoras

Ilustración 2.6 Cartera de Servicios



Fuente: Soraya Arias de Márquez

² Son Servicios que son solicitados por personas que desean que su evento se realice en su institución, hogar o lugar de preferencia con el interés de ofrecerles a sus invitados un evento personalizado.

Ilustración 2.7 Cartera de Servicios



Fuente: Soraya Arias de Márquez

2.18 Servicios de Catering

La palabra catering es conocida como toda actividad hostelera lo que da paso a un servicio en el cual se brinda comidas, bebidas, música, mobiliarios y decoración de un lugar de acuerdo al tema escogido por un cliente, este servicio tiene como finalidad trasladarse al lugar que sea requerido por el cliente buscando satisfacer sus requerimientos. Este servicio ha ido más allá de ofrecer el servicio de comidas puesto que muchas empresas han optado por la modalidad de incrementar la organización de un evento donde se preste el servicio completo. (Carrasco, 2010)

2.19 Tipos de Servicios

- Servicio de catering: Es el que incluye los servicios de banquetes que se concretan con anterioridad basándose en los requerimientos de los consumidores.

- Servicio de buffet: También se conoce como banquete y pudiendo tener las mismas características del anterior.
- Servicio en mesa: Es aquel que incluye el menaje, este se aplica de acuerdo a la ocasión y dependiendo del tipo de evento.
- Servicios paralelos al banquete: Este incluya todos los servicios extras que acompañaran al evento.(S.L. P. V., 2009)

2.20 Clases de Buffet

- Buffet de Desayuno: Incluye cafés, chocolates, aguas aromáticas, jugos de frutas, panes, galletas, tostadas, mermeladas, mantequillas, huevos, quesos, leche, embutidos, cereales, yogurt, y frutas frescas.

Ilustración 2.8 Buffet de Desayuno



Fuente: <http://www.grupobarlovento.com/index.php/oferta-gastronomica/desayuno-brunch.html>

- Buffet de almuerzo o cena: En este se ofrece una variedad de menú, encontrarán platos de 3, 4 y 5 cuerpos. Un menú básico consta de tres cuerpos una proteína, un carbohidrato y una ensalada.

Ilustración 2.9 Buffet de almuerzo o cena



Fuente: <http://www.grupobarlovento.com/index.php/oferta-gastronomica/almuerzos-cenas.html>

- Buffet de estructura Fija: Es aquel que para su presentación requiere de electrodomésticos o estructuras industriales.

Ilustración 2.10 Buffet de estructura fija



Fuente: <https://www.google.com.ec/search?q=buffet+de+estructura+fija>

- Buffet de estructura Movable: Este tipo de buffet se monta con tableros ubicándolos de diferentes formas, cubriéndolo con manteles de diferentes colores y a su vez

decorarlos con bellos centros de mesas utilizando diversos tipos de jarrones de cristal y rosas. (S.L. P. V., Servicio Basico de Alimentos y Bebidas y Tareas de Postservicio en el Restaurante., 2009)

Ilustración 2.11 Buffet de estructura movable



Fuente: www.google.com.ec/search?q=buffet+de+estructura+fija

2.21 Base legal

Para la creación de “4M Banquetes y Eventos” como empresa, realizó el trámite de inscripción en diferentes entidades gubernamentales para iniciar su actividad comercial. La empresa tuvo que acogerse a todos los requerimientos establecidos por la ley en la ciudad de Guayaquil.

A continuación se detalla los requisitos que exige cada entidad para poder crear una empresa y a su vez se indicarán los permisos que serán necesarios para la apertura del nuevo local:

Superintendencia De Compañías

- Solicitud de aprobación de la constitución de la empresa,
- Minuta de la Superintendencia y 3 copias certificadas de la “Escritura de Constitución”, notariadas.
- Copia del nombramiento del representante legal de la organización.
- 3 copias notariadas del depósito bancario y apertura de la cuenta de integración de capital.(Superintendencias de Compañías, Valores y Seguros, 2014)

Servicio De Rentas Internas

- Obtención del Registro Único de Contribuyentes (RUC).(Servicio de Rentas Internas, 2014)

Municipio De Guayaquil

De acuerdo a lo que exige la ley Municipal de Guayaquil todo establecimiento debe cumplir con las obligaciones y permisos para funcionamiento de una empresa entre esos permisos están; patentes, predios urbanos, tasa de habilitación y permiso de bomberos para cualquier actividad de la empresa.

- Obtención de La patente municipal dentro de los 30 días subsiguientes al último día del mes en que se inician las actividades de la empresa y debe ser renovado cada año (a partir del 2 de enero).

Obtención de la patente por primera vez

- Presentación del Formulario de declaración de RUC (001).
- Presentación de la Planilla de Mejoras emitida por el departamento de Salud o control Sanitario.
- Copias de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizadas.
- Copias de la carta de pago del impuesto predial.

Requisitos:

1. Certificado provisional o definitivo emitido por el Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil por cada uno de los establecimientos que posea dentro del Cantón Guayaquil.
2. La última actualización del Registro Único de Contribuyentes (R.U.C.). Este requisito no será necesario en el caso de inicio de actividades por parte de la persona natural o jurídica solicitante. Sólo en el caso de inicio de actividades, las personas jurídicas deberán presentar la Escritura de Constitución correspondiente, así como el nombramiento del representante legal (vigente) y la cédula de identidad y certificado de votación del mismo.
3. Las personas naturales deberán presentar copia de la cédula de identidad y certificado de votación del mismo.
4. Declaración del Impuesto a la Renta, y a las personas no obligadas a declarar este impuesto, las declaraciones del impuesto al Valor Agregado, del último ejercicio económico exigible. Este requisito no será necesario en el caso de inicio de actividades por parte de la persona natural o jurídica.
5. Formulario “Solicitud para Registro de Patente Municipal” (No es necesario comprar la Tasa de Trámite Municipal para el pago de Patente, ya que este valor se recaudará con la liquidación de dicho impuesto).
6. Sólo en el caso de que la persona natural o jurídica ejerza el comercio en varios cantones, deberá presentar el desglose de ingresos por cantón firmado por un contador.
7. Si la persona que realiza el trámite no es el titular del negocio, deberá presentar su copia de cédula y certificado de votación junto con una carta de autorización del titular del negocio, debidamente notariada. (M. I. Municipalidad de Guayaquil)

Ministerio De Salud Pública

El Ministerio de Salud Pública del Ecuador exige que se cumplan cierta cantidad de requisitos para las empresas que brindan servicios de alimentación. De acuerdo a la constitución de la república del Ecuador establece según Proceso de Control y Vigilancia Sanitaria:

- Art. 361 El estado estará pendiente del cumplimiento de la normativa de salud, regulará y controlará el funcionamiento de las mismas.
- La Ley Orgánica de Salud Manda:
 - Art. 137 Los alimentos estarán sujetos a registro sanitario
- Obtención del Registro Sanitario.

Requisitos

- Solicitud dirigida al director general de salud, individual para cada producto sujeto a Registro Sanitario.
- Permiso de funcionamiento, actualizado y otorgado por la Autoridad de Salud.
- Certificación otorgada por la autoridad de la salud competente que el establecimiento cumple con los requerimientos técnicos necesarios.
- Información técnica relacionada con el proceso de elaboración y descripción del equipo a utilizarse.
- Forma cualitativa – cuantitativa incluyendo productos y aditivos en orden decreciente de las proporciones usadas (en % referido a 100g/100ml).
- Certificación del análisis de control de calidad del producto con firma del responsable.

- Interpretación del código de lote con firma del responsable, una cantidad determinada de un alimento producida en condiciones especialmente iguales.
- Pago de la tasa por el análisis de control de calidad, previo a la emisión del registro sanitario.
- Documentos que prueben la constitución, existencia y representación legal de la entidad solicitante.(Ministerio de Salud Publica del Ecuador)

Registro Mercantil

- Escritura de constitución de la empresa, original y diez copias.
- Nombramiento del representante legal, original y diez Copias.(Registro Mercantil de Guayaquil)

Cuerpo De Bomberos

- Presentar Solicitud del permiso del Municipio de la ciudad.
- Realizar requerimiento para inspección.
- Pagar tasa de inspección.
- Copia de Factura de compra de Extintores o de recarga de estos a nombre del propietario.
- Verificar fecha para inspección en las ventanillas del cuerpo de bomberos de Guayaquil.
- Inspección de las Instalaciones y de seguridad contra incendios por parte de un inspector designado por el cuerpo de bomberos.(M. I. Municipalidad de Guayaquil).

Capítulo 3

3. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

3.1 Definición de la población objeto de estudio

La población objeto de estudio proviene del sector empresarial del norte en la ciudad de Guayaquil, según la Superintendencia de compañías en el 2012 se registró un total de 21.629 empresas en Guayaquil.

Tomando en cuenta este total de empresas que registra la superintendencia de compañías se realizara el estudio de mercado en el sector empresarial del Norte en la ciudad de Guayaquil.

Tabla 3.1 Número de compañías en Guayaquil

ANÁLISIS POR: INTENDENCIA													
Número de Compañías	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
GUAYAQUIL	21.230	22.105	23.685	25.002	26.298	27.404	28.560	29.136	29.135	28.778	28.599	27.128	21.629
TOTAL NUMERO DE COMPAÑÍAS	21.230	22.105	23.685	25.002	26.298	27.404	28.560	29.136	29.135	28.778	28.599	27.128	21.629

Fuente: Superintendencia de compañías año 2013

Elaborado por: las autoras

Para tomar el dato de número de empresas en el norte de Guayaquil, se preguntó a expertos en investigación de mercado y estadísticas quiénes nos dieron un promedio del 67% aproximadamente.³

Para lo cual se calcula que hay 14.491 empresas en el norte de la ciudad de Guayaquil.

3.2 Tamaño de la muestra

3.2.1 Cálculo de la muestra

Para determinar el número de encuestas a realizar se recurrió a la siguiente fórmula:

Ilustración 3.1 Fórmula para cálculo de la muestra

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

Fuente: Google imágenes

Elaborado por: Autoras

Datos:

N: total de la población=14.491 empresas

Z α : nivel de confianza 95% = (1.96)

p: proporción esperada 60% = (0,6)

³ Tomando en consideración las opiniones de tres docentes que establecieron diferentes porcentajes:
 Ing. Karina Ascencio Burgos; 70%
 Ing. Marcelo Bastidas Jiménez; 80%
 Ing. Juan Balas León; 50%

q: probabilidad de que el evento no ocurra $1-p$ ($1-0.6 = 0.4$)

D: precisión ($5\% = 0,05$)

Desarrollo:

$$n = \frac{14491 \cdot (1.96)^2 \cdot (0.6) \cdot (0.4)}{(0.05)^2 (14491 - 1) + (1.96)^2 \cdot (0.6) \cdot (0.4)}$$

$$n = \frac{13360,47}{36.225 + 0.921984}$$

$$n = 359,67$$

360 empresas

3.3 Diseño de la investigación

3.3.1 Tipo de investigación

Gráfico 3.1 Tipos de investigación



Elaborado: Autoras

Para el proyecto de tesis se trabajó con la investigación descriptiva, que también es conocida como la investigación estadística, porque permitirá recoger información independiente o conjunta sobre diferentes variables a lo que se refiere los servicios de catering en las empresas del sector norte de la ciudad de Guayaquil, y así mismo conocer las situaciones, costumbres y actitudes a través de la descripción exacta de las personas que serán encuestadas.

3.3.2 Método de la investigación

Se utilizará el método inductivo, que implica un proceso de generalización desde experiencias concretas a partir de las cuales, se generan o derivan conclusiones posibles, probables aunque no necesarias desde la lógica. Este método permite la formación de hipótesis, investigación de leyes científicas, y las demostraciones(Ferrer, 2010)⁴

En el proyecto este método ayudará para elaborar conclusiones de cuántas personas usan los servicios de buffet o eventos, cuánto están disponibles pagar por un servicio de éstos y si les gustaría que exista una nueva empresa de catering para sus empresas.

3.4. Técnicas de investigación

Se llevará cabo la siguiente técnica de investigación para la recolección de datos:

- **Encuesta:** La encuesta es una de las técnicas de investigación que sirve para recoger información mediante la aplicación de un cuestionario de preguntas cerradas a una muestra seleccionada.

⁴ La investigación científica se define como la serie de pasos que conducen a la búsqueda de conocimientos mediante la aplicación de métodos y técnica.

Se realizó dos tipos de encuestas, dirigidas a los trabajadores y empresarios, lo que nos permite conocer las opiniones, actitudes y comportamientos en el sector empresarial del norte de Guayaquil.

3.5 Análisis y presentación

3.5.1 Encuesta dirigida al personal de empresas del norte de Guayaquil.

DATOS PERSONALES

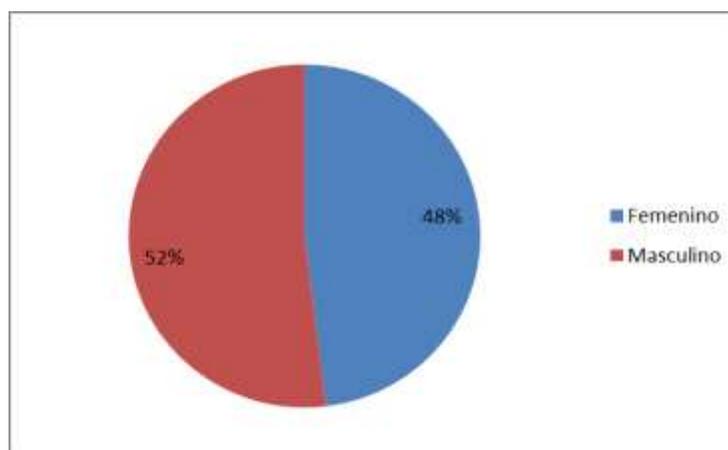
Tabla 3.2 Género de las personas encuestadas

Género	Empleados encuestados	Porcentaje
Femenino	173	48%
Masculino	187	52%
Total	360	100%

Fuente: Investigación de mercado (Encuesta)

Elaborado por: las autoras

Gráfico 3.2 Género de las personas encuestadas



Fuente: Investigación de mercado (Encuesta)

Elaborado por: las autoras

Análisis: De los 360 empleados encuestados el 48% son del sexo femenino y el 52% son del sexo masculino, lo que indica que hay más personal masculino.

EDAD

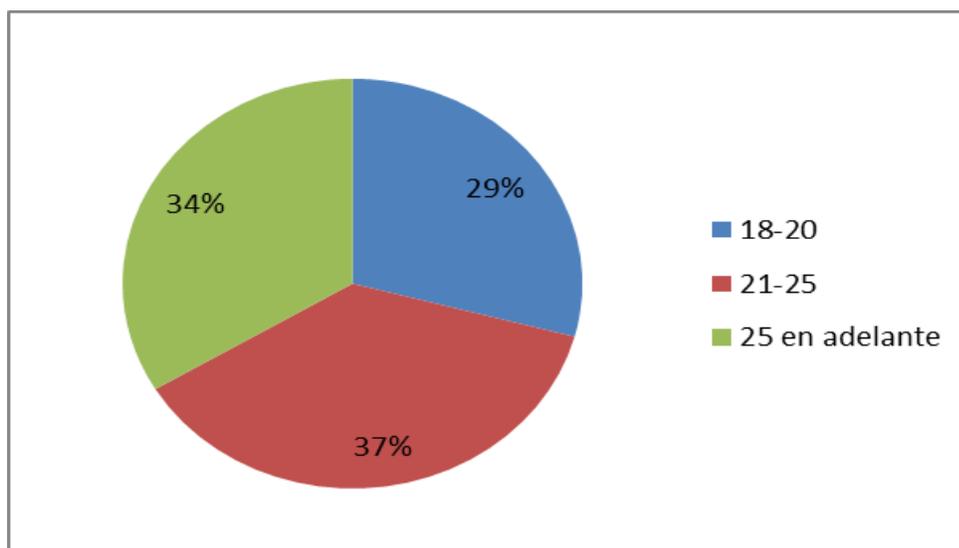
Tabla 3.3 Edad de las personas encuestadas

Opciones	Empleados encuestados	Porcentaje
18-20	105	29%
21-25	134	37%
25 en adelante	121	34%
Total	360	100%

Fuente: Investigación de mercado (Encuesta)

Elaborado por: las autoras

Gráfico 3.3 Edad de las personas encuestadas



Fuente: Investigación de mercado (Encuesta)

Elaborado por: las autoras

Análisis: En el gráfico 3.3 se observa que 29% de los encuestados son de las edades de 18-20, el 37% son de 21-25 años y el 34% son 25 años en adelante.

PREGUNTAS

1. ¿Le gustaría tener un servicio de catering empresarial?

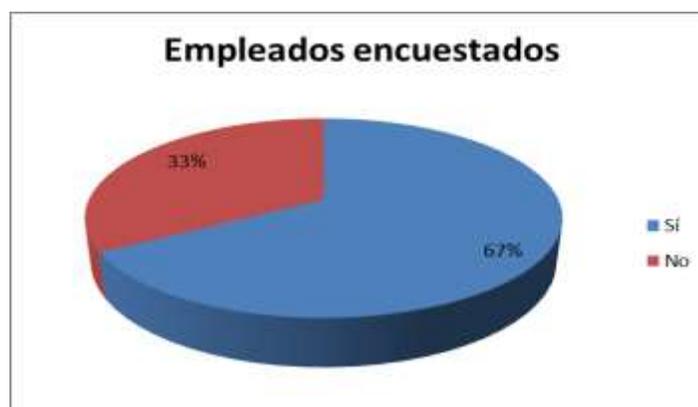
Tabla 3.4 Servicios de catering empresarial

Opciones	Empleados encuestado	Porcentaje
Sí	240	67%
No	120	33%
Total	360	100%

Fuente: Investigación de mercado (Encuesta)

Elaborado por: las autoras

Gráfico 3.4 Servicios de catering empresarial



Fuente: Investigación de mercado (Encuesta)

Elaborado por: las autoras

Análisis: Como se observa en el gráfico No. 3.4 el 67% de empleados sí desean tener un servicio de catering en sus empresas porque les resulta más práctico que salir a buscar sus comidas. Y el 33% no les gustaría porque llevan sus comidas de casas o el trabajo les cubre la alimentación y les gusta salir a comer.

2. ¿Conoce usted empresas que brindan servicios de catering dirigido a su sector?

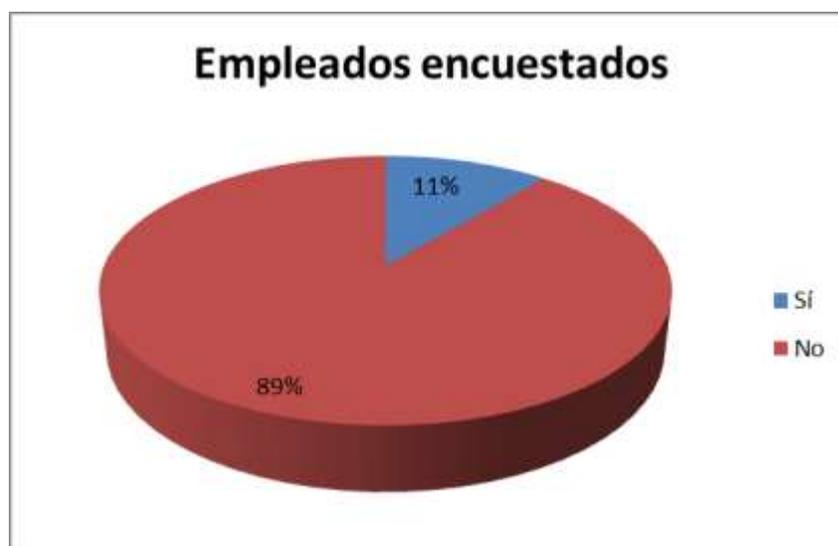
Tabla 3.5 Servicios de catering dirigido a su sector

Opciones	Empleados encuestados	Porcentaje
Sí	40	11%
No	320	89%
Total	360	100%

Fuente: Investigación de mercado (Encuesta)

Elaborado por: las autoras

Gráfico 3.5 Servicios de catering dirigido a su sector



Fuente: Investigación de mercado (Encuesta)

Elaborado por: las autoras

Análisis: Se puede apreciar que en el gráfico No. 3.5 sólo el 11% de empleados conoce una empresa que brinda servicios de catering y el 89% no las conoce debido a que tienen que salir de sus oficinas para comer en otro lado.

3. ¿Ha solicitado alguna vez servicio de catering para un evento social?

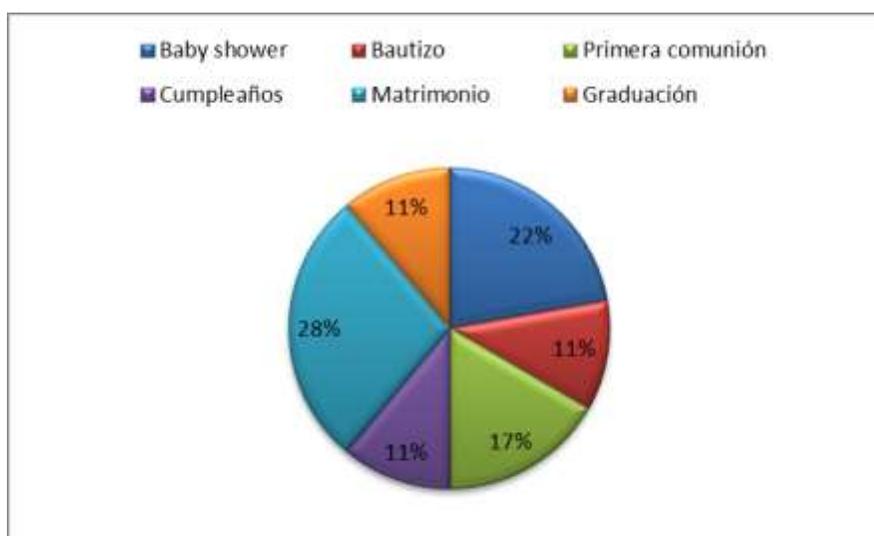
Tabla 3.6 Evento social

	Empleados encuestados	Porcentaje
Baby shower	80	22%
Bautizo	40	11%
Primera comunión	60	17%
Cumpleaños	40	11%
Matrimonio	100	28%
Graduación	40	11%
Otros	0	0%
Total	360	100%

Fuente: Investigación de mercado (Encuesta)

Elaborado por: las autoras

Gráfico 3.6 Evento social



Fuente: Investigación de mercado (Encuesta)

Elaborado por: las autoras

Análisis: Se visualiza en el gráfico No. 3.6 que el 22% de los empleados ha utilizado el servicio de catering para un baby shower, con el 11% lo han solicitado para bautizos, cumpleaños y graduaciones, el 17% lo ha usado para primera comunión y el 28% siendo la mayor parte de la muestra disponen que lo han usado para matrimonios.

4. ¿Ha solicitado servicio de buffet a domicilio según el acontecimiento?

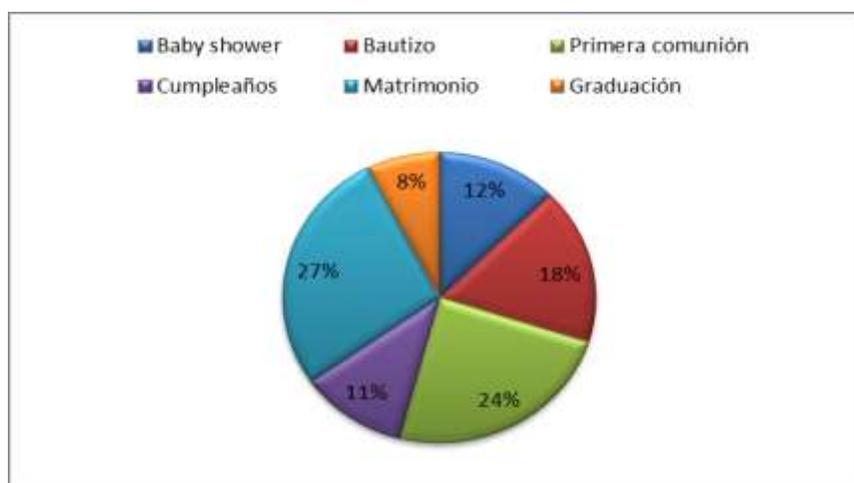
Tabla 3.7 Buffet a domicilio

	Empleados encuestados	Porcentaje
Baby shower	45	12%
Bautizo	63	18%
Primera comunión	87	24%
Cumpleaños	40	11%
Matrimonio	98	27%
Graduación	27	8%
Otros	0	0%
Total	360	100%

Fuente: Investigación de mercado (Encuesta)

Elaborado por: las autoras

Gráfico 3.7 Buffet a domicilio



Fuente: Investigación de mercado (Encuesta)

Elaborado por: las autoras

Análisis: De acuerdo al gráfico No. 3.7 de servicio de buffet a domicilio observamos que el mayor porcentaje de empleados ha solicitado el servicio de buffet a domicilio con un 27%, seguidos de los que solicitan para primera comunión con un 24%, con un 18% lo solicitan para bautizos, el 12% para baby shower, el 11% para cumpleaños y el 8% para graduaciones.

5. ¿Cuenta su empresa con servicios de catering?

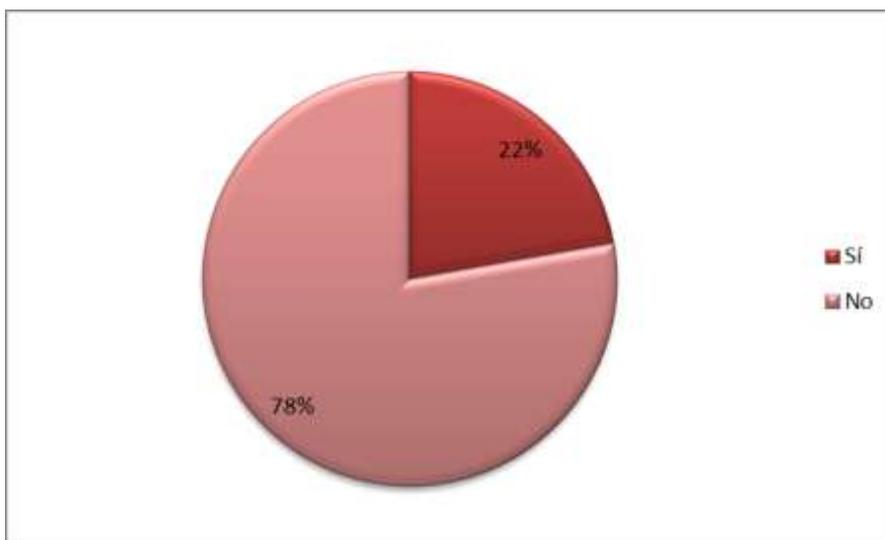
Tabla 3.8 Servicios de catering en las empresas

	Empleados encuestados	Porcentaje
Sí	80	22%
No	280	78%
Total	360	100%

Fuente: Investigación de mercado (Encuesta)

Elaborado por: las autoras

Gráfico 3.8 Servicios de catering en las empresas



Fuente: Investigación de mercado (Encuesta)

Elaborado por: las autoras

Análisis: Se puede acotar en el gráfico 3.8 que sólo el 22% sí tienen dentro de sus empresas el servicio de catering y el 78% no lo tiene aunque sus empresas cubren el gasto de alimentación deben buscar un lugar donde comer o llevar sus alimentos desde casa.

6. ¿Qué tipos de menú le gustaría consumir?

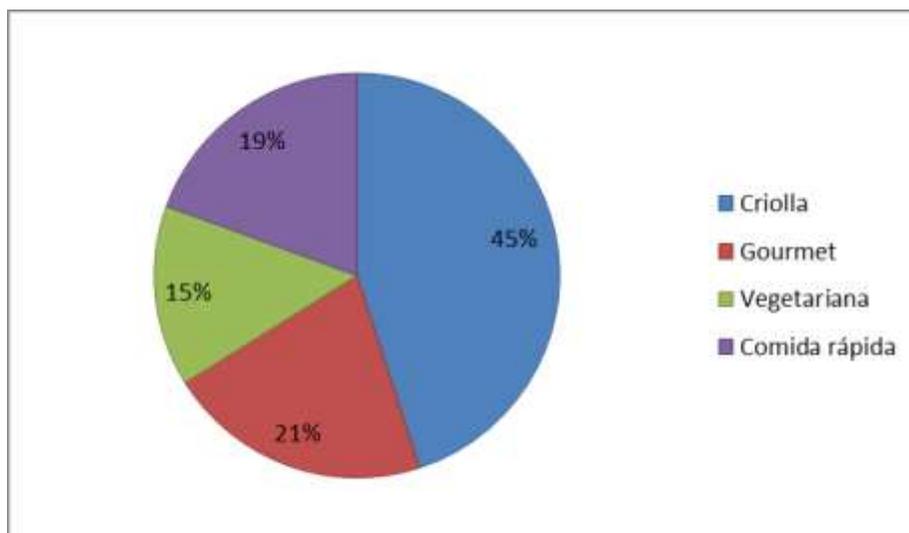
Tabla 3.9 Tipos de menús

	Empleados encuestados	Porcentaje
Criolla	162	45%
Gourmet	76	21%
Vegetariana	52	15%
Comida rápida	70	19%
Total	360	100%

Fuente: Investigación de mercado (Encuesta)

Elaborado por: las autoras

Gráfico 3.9 Tipos de menús



Fuente: Investigación de mercado (Encuesta)

Elaborado por: las autoras

Análisis: En el gráfico 3.9 el 45% del personal de empresas les gustaría consumir la comida criolla, el 21% la comida gourmet, el 19% les gustaría la comida rápida y el 15% la comida vegetariana.

7. ¿Cómo calificaría el servicio que tiene actualmente la empresa para la que trabaja?

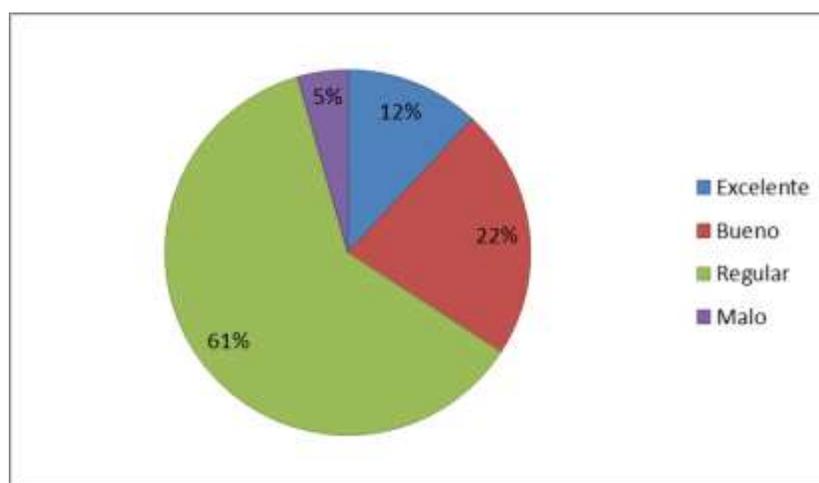
Tabla 3.10 Calificación de servicio actualmente

	Empleados encuestados	Porcentaje
Excelente	43	12%
Bueno	80	22%
Regular	221	61%
Malo	16	5%
Total	360	100%

Fuente: Investigación de mercado (Encuesta)

Elaborado por: las autoras

Gráfico 3.10 Calificación de servicio actualmente



Fuente: Investigación de mercado (Encuesta)

Elaborado por: las autoras

Análisis: Se puede considerar en el gráfico 3.10 que el 61% mencionan que el servicio que reciben dentro de sus empresas es regular, el 22% lo califican como bueno, el 12% lo calificaron como excelente y el 5% fue calificado como malo.

8. ¿Cómo calificaría la calidad de la comida que brinda los servicios de catering en su empresa?

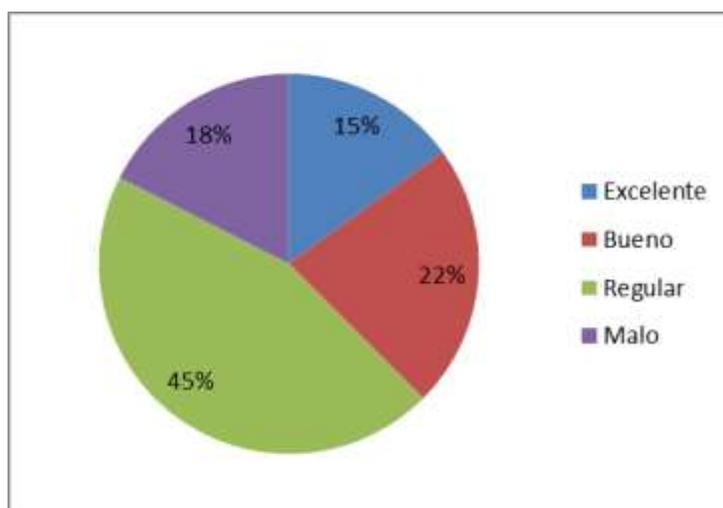
Tabla 3.11 Calidad de la comida en su empresa

	Empleados encuestados	Porcentaje
Excelente	12	15%
Bueno	18	22%
Regular	36	45%
Malo	14	18%
Total	80	100%

Fuente: Investigación de mercado (Encuesta)

Elaborado por: las autoras

Gráfico 3.11 Calidad de la comida en su empresa



Fuente: Investigación de mercado (Encuesta)

Elaborado por: las autoras

Análisis: Observando el gráfico 3.11 el 45% del personal responde que la calidad de la comida que reciben es regular, el 22% dicen que es bueno, el 18% es malo y el 15% resulta que es excelente.

8. ¿Cómo calificaría usted en orden de importancia un servicio de catering?
Siendo 1 mayor importancia y 5 menor importancia.

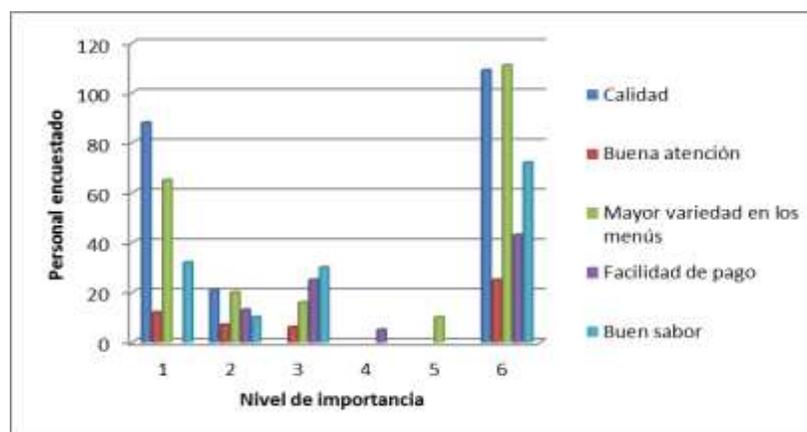
Tabla 3.12 Importancia de servicio de catering

Nivel	Importancia					Total
	1	2	3	4	5	
Calidad	88	21				109
Buena atención	12	7	6			25
Mayor variedad en los menús	65	20	16		10	111
Facilidad de pago		13	25	5		43
Buen sabor	32	10	30			72
Total	197	71	77	5	10	360

Fuente: Investigación de mercado (Encuesta)

Elaborado por: las autoras

Gráfico 3.12 Importancia de servicio de catering



Fuente: Investigación de mercado (Encuesta)

Elaborado por: las autoras

Análisis: Como se observa en el gráfico 3.12 de la importancia de servicio de catering 109 empleados de empresas califican con 1 a la calidad de los servicios de catering, 111 empleados califican con 2 a la mayor variedad en los menús, 72 empleados escogieron con 3 la importancia de buen sabor, 43 empleados califican con 4 la facilidad de pago y 25 empleados calificaron 5 la buena atención.

9. ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por un servicio de catering?

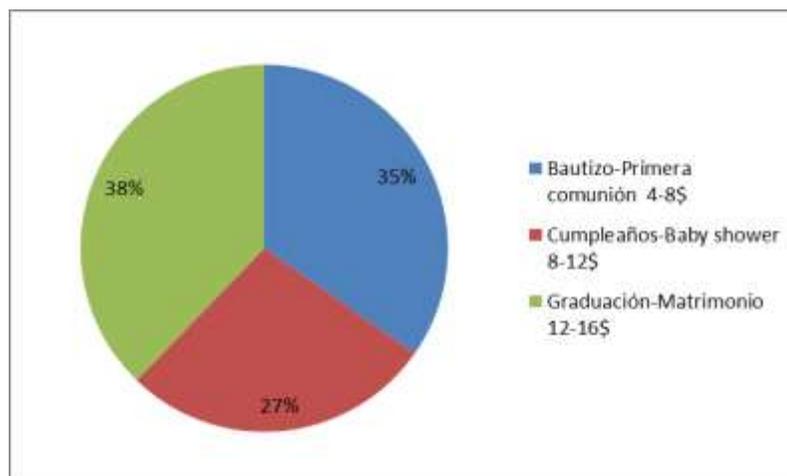
Tabla 3.13 Dinero a pagar por un servicio de catering

	Empleados encuestados	Porcentaje
Bautizo-Primera comunión 4-8\$	125	35%
Cumpleaños-Baby shower 8-12\$	99	27%
Graduación-Matrimonio 12-16\$	136	38%
Total	360	100%

Fuente: Investigación de mercado (Encuesta)

Elaborado por: las autoras

Gráfico 3.13 Dinero a pagar por un servicio de catering



Fuente: Investigación de mercado (Encuesta)

Elaborado por: las autoras

Análisis: Se puede visualizar en el gráfico 3.13 que el 35% estaría dispuesto a pagar el rango de valor por un servicio de catering para bautizos y primera comunión, el 27% mencionó que estaría dispuesto a pagar el rango de valor para cumpleaños y baby shower, y el 38% estaría dispuesto a pagar el rango de 12-16\$ por graduación y matrimonio.

3.5.2 Encuesta dirigida a empresarios del norte de Guayaquil.

DATOS PERSONALES

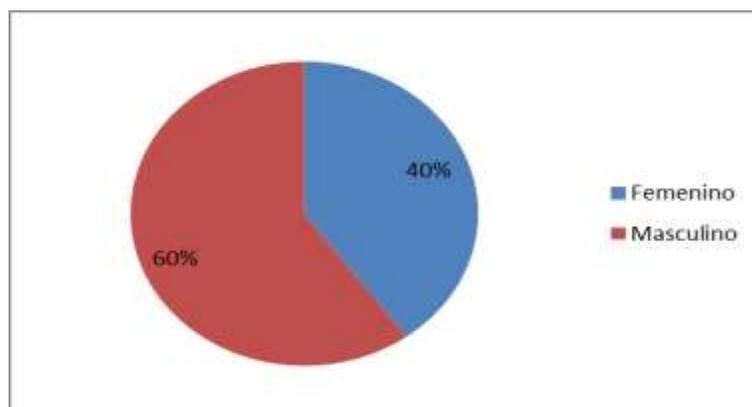
Tabla 3.14 Género de los encuestados

Género	Empresarios encuestados	Porcentaje
Femenino	4	40%
Masculino	6	60%
Total	10	100%

Fuente: Investigación de mercado (Encuesta)

Elaborado por: las autoras

Gráfico 3.14 Género de los encuestados



Fuente: Investigación de mercado (Encuesta)

Elaborado por: las autoras

Análisis: Se realizó la encuesta a 10 empresarios de los cuales se refleja en el gráfico 3.14, que un 40% de son mujeres y un 60% son hombres.⁵

⁵ Se tomó en consideración 10 empresarios, debido a que no se podía realizar las encuestas a todas las empresas del norte, de estos 10 empresas se tomó la muestra de los 36 trabajadores por empresa para la encuesta anterior.

- **EDAD**

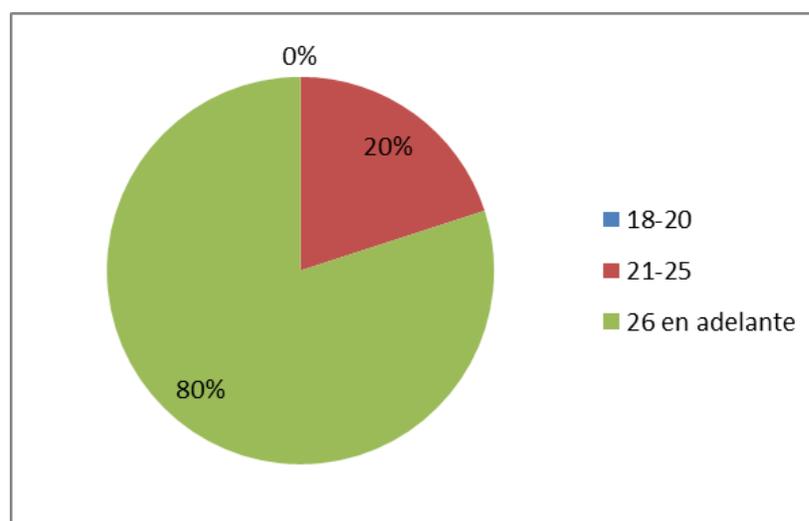
Tabla 3.15 Edad de los encuestados

Opciones	Empresarios encuestados	Porcentaje
18-20	0	0%
21-25	2	20%
26 en adelante	8	80%
Total	10	100%

Fuente: Investigación de mercado (Encuesta)

Elaborado por: las autoras

Gráfico 3.15 Edad de los encuestados



Fuente: Investigación de mercado (Encuesta)

Elaborado por: las autoras

Análisis: Se puede indicar en el gráfico 3.15, que el 20% tienen edad entre 21-25 años, y que el 60% tienen 26 años en adelante.

PREGUNTAS

1. ¿Su empresa cuenta con servicios de catering?

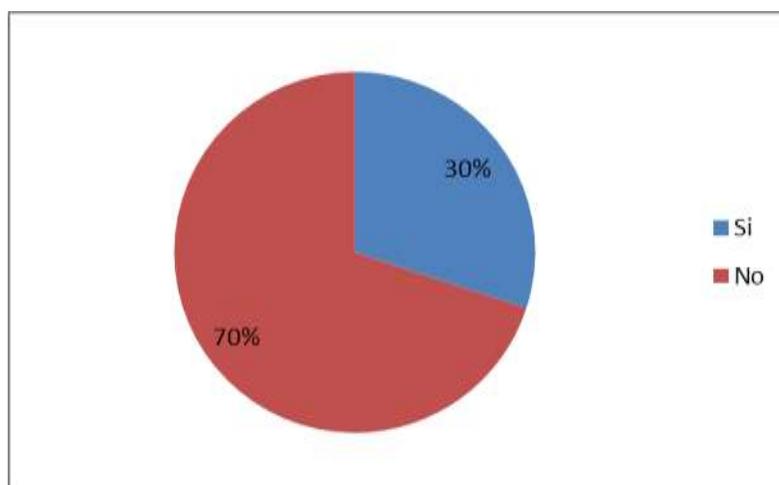
Tabla 3.16 Servicios de catering en su empresa

Opciones	Empresarios encuestados	Porcentaje
Si	3	30%
No	7	70%
Total	10	100%

Fuente: Investigación de mercado (Encuesta)

Elaborado por: las autoras

Gráfico 3.16 Servicios de catering en su empresa



Fuente: Investigación de mercado (Encuesta)

Elaborado por: las autoras

Análisis: En el gráfico 3.16 se visualiza que de los empresarios encuestados solo el 30% tienen servicios de catering en sus empresas mientras que el 70% no lo tienen.

2. ¿Cuántos empleados cuentas en las nóminas de su empresa?

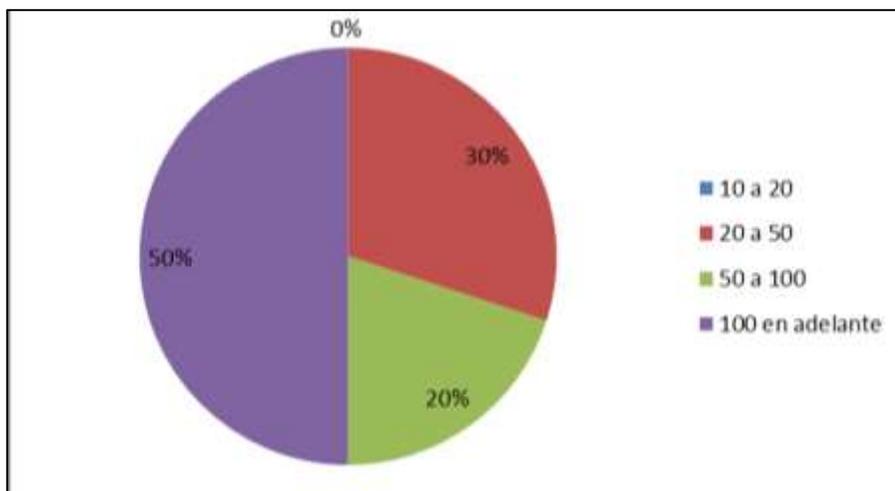
Tabla 3.17 Empleados en sus nóminas

Opciones	Empresarios encuestados	Porcentaje
10 a 20	0	0%
20 a 50	3	30%
50 a 100	2	20%
100 en adelante	5	50%
Total	10	100%

Fuente: Investigación de mercado (Encuesta)

Elaborado por: las autoras

Gráfico 3.17 Empleados en sus nóminas



Fuente: Investigación de mercado (Encuesta)

Elaborado por: las autoras

Análisis: En el gráfico 3.17 se puede observar que un 30% corresponden a una nómina de 20 a 50 empleados, el 20% corresponden a una nómina de 50 a 100 empleados y que el 50% corresponden a una nómina de 100 empleados en adelante.

3. ¿Tiene servicio de comida para el personal?

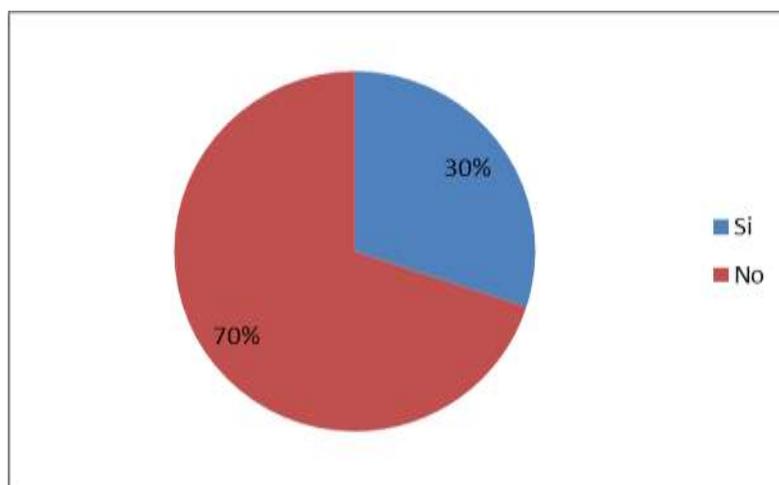
Tabla 3.18 Servicio de comida para el personal

Opciones	Empresarios encuestados	Porcentaje
Si	3	30%
No	7	70%
Total	10	100%

Fuente: Investigación de mercado (Encuesta)

Elaborado por: las autoras

Gráfico 3.18 Servicio de comida para el personal



Fuente: Investigación de mercado (Encuesta)

Elaborado por: las autoras

Análisis: En el gráfico 3.18 se distingue que solo el 30% ofrecen comida para el personal en sus empresas y que el 70% no les ofrecen pero les cubren ese rubro por alimentos.

4. ¿Por qué cree que es necesario que su personal tenga el servicio de comida en la empresa?

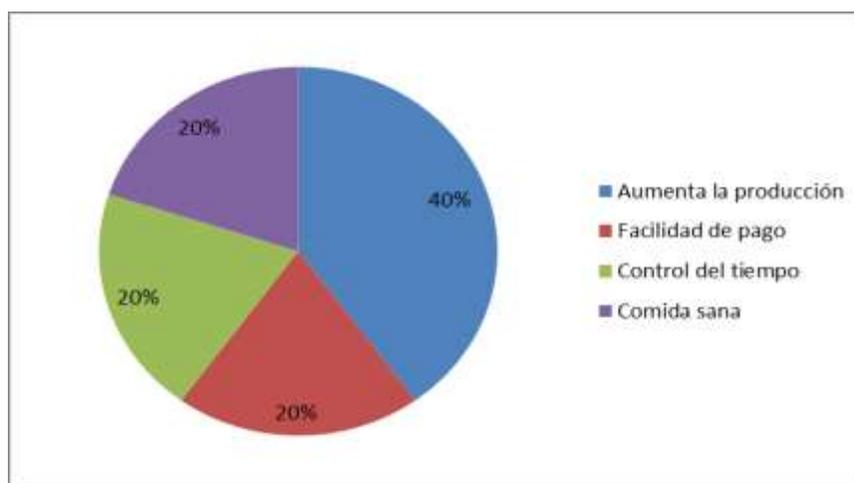
Tabla 3.19 Necesidad de que haya servicio de comida en la empresa

Opciones	Empresarios encuestados	Porcentaje
Aumenta la producción	4	40%
Facilidad de pago	2	20%
Control del tiempo	2	20%
Comida sana	2	20%
Total	10	100%

Fuente: Investigación de mercado (Encuesta)

Elaborado por: las autoras

Gráfico 3.19 Necesidad de que haya servicio de comida en la empresa



Fuente: Investigación de mercado (Encuesta)

Elaborado por: las autoras

Análisis: En el gráfico 3.19 se observa que el 40% piensa que es necesario porque que aumenta la producción, el 20% dice que es por facilidad de pago, el otro 20% piensa que es necesario por el control del tiempo y el siguiente 20% piensa es mejor por la comida sana.

5. ¿Realizan eventos dentro de su empresa?

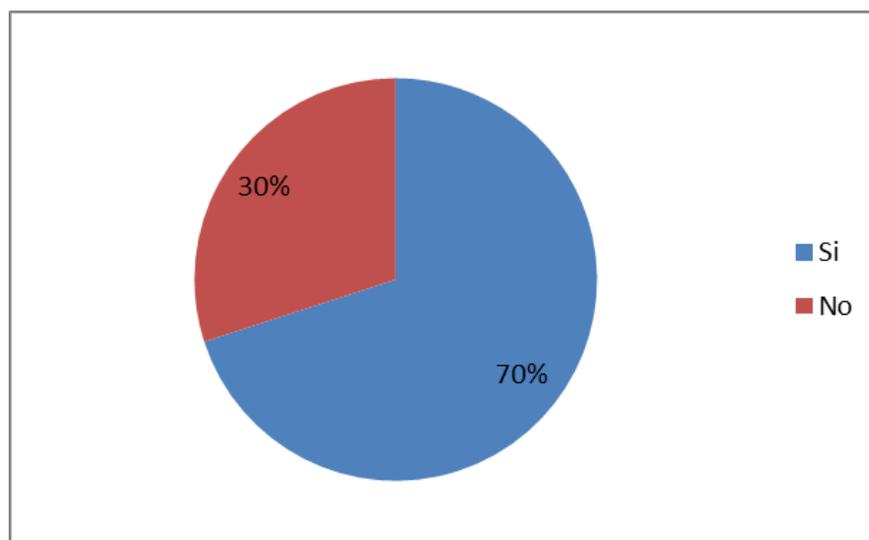
Tabla 3.20 Evento en la empresa

Opciones	Empresarios encuestados	Porcentaje
Si	7	70%
No	3	30%
Total	10	100%

Fuente: Investigación de mercado (Encuesta)

Elaborado por: las autoras

Gráfico 3.20 Evento en la empresa



Fuente: Investigación de mercado (Encuesta)

Elaborado por: las autoras

Análisis: En el gráfico 3.20 se puede visualizar que el 70% sí realizan eventos en su empresa y el 30% no realizan.

6. ¿Ha contratado empresas de catering para un evento de la empresa?

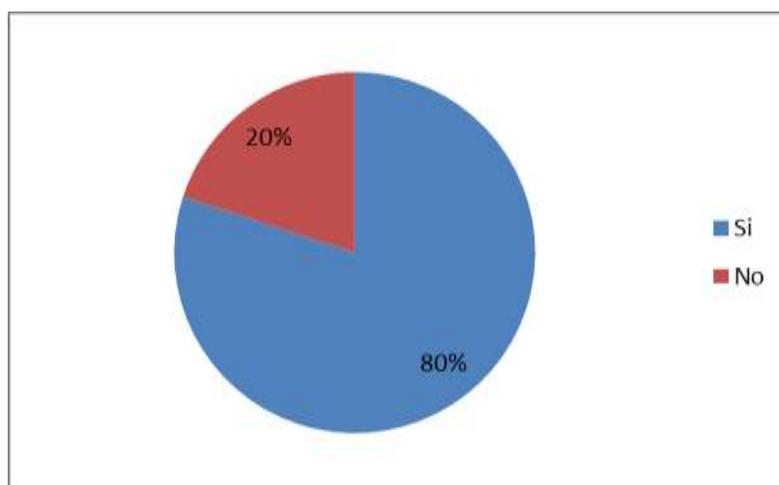
Tabla 3.21 Contrato de empresas de catering

Opciones	Empresarios encuestados	Porcentaje
Si	8	80%
No	2	20%
Total	10	100%

Fuente: Investigación de mercado (Encuesta)

Elaborado por: las autoras

Gráfico 3.21 Contrato de empresa de catering



Fuente: Investigación de mercado (Encuesta)

Elaborado por: las autoras

Análisis: Como se puede observar en el gráfico 3.21 el 80% contrata empresas de catering para la realización de sus eventos y el 20% no las contrata.

7. ¿Cada qué tiempo contrata los servicios de catering?

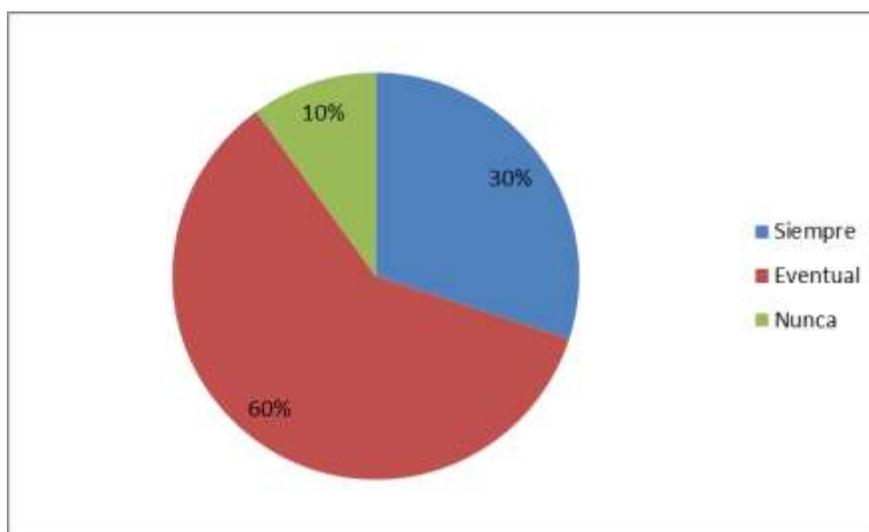
Tabla 3.22 Tiempo que contrata los servicios de catering

Opciones	Empresarios encuestados	Porcentaje
Siempre	3	30%
Eventual	6	60%
Nunca	1	10%
Total	10	100%

Fuente: Investigación de mercado (Encuesta)

Elaborado por: las autoras

Gráfico 3.22 Tiempo que contrata los servicios de catering



Fuente: Investigación de mercado (Encuesta)

Elaborado por: las autoras

Análisis: En el gráfico 3.22 se visualiza que el 30% siempre contrata las empresas de catering para sus eventos, el 60% contrata eventualmente y el 10% no los contrata nunca.

10. ¿Le gustaría tener una empresa de catering segura y confiable que le brinde los servicios de comida y realización de eventos?

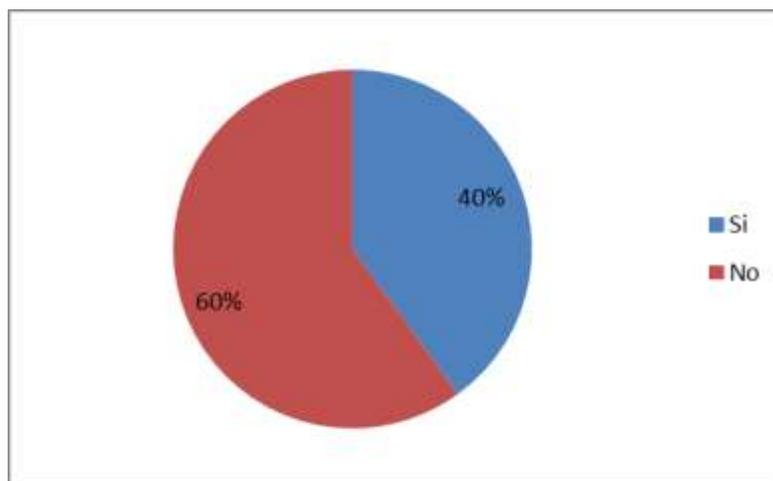
Tabla 3.23 Empresa de catering segura y confiable

Opciones	Empresarios encuestados	Porcentaje
Si	4	40%
No	6	60%
Total	10	100%

Fuente: Investigación de mercado (Encuesta)

Elaborado por: las autoras

Gráfico 3.23 Empresa de catering segura y confiable



Fuente: Investigación de mercado (Encuesta)

Elaborado por: las autoras

Análisis: En el gráfico 3.23 el 40% de los empresarios encuestados dicen que si les gustaría tener una empresa de catering segura y confiable y el 60% no le interesaría porque las contratan eventualmente.

11. ¿Qué le gustaría que le brinde la empresa de servicios de catering que va a contratar? Marque 3 opciones en orden de importancia: 1 mayor importancia, 2 menor importancia, 3 poco

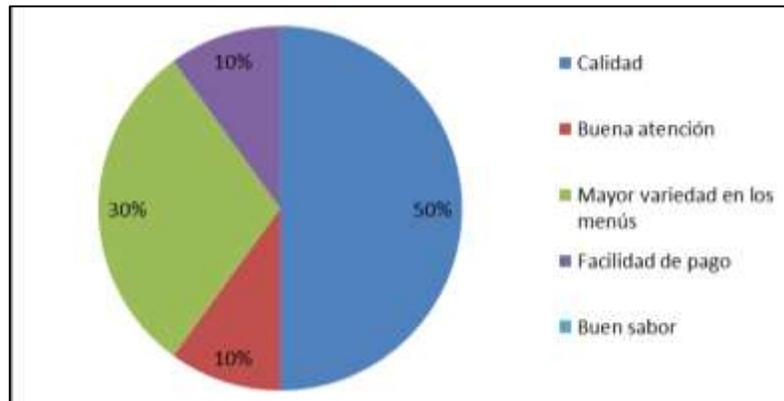
Tabla 3.24 Importancia de los servicios de catering

Opciones	Empresarios encuestados	Porcentaje
Calidad	5	50%
Buena atención	1	10%
Mayor variedad en los menús	3	30%
Facilidad de pago	1	10%
Buen sabor		
Total	10	100%

Fuente: Investigación de mercado (Encuesta)

Elaborado por: las autoras

Gráfico 3.24 Importancia de los servicios de catering



Fuente: Investigación de mercado (Encuesta)

Elaborado por: las autoras

Análisis: En el gráfico 3.24 se observa que el 50% piensa que la calidad es de mayor importancia, el 30% piensa que la variedad en los menús es de menor importancia y el 10% piensa que la buena atención y la facilidad de pago son poco importantes.

12. ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por un servicio de catering?

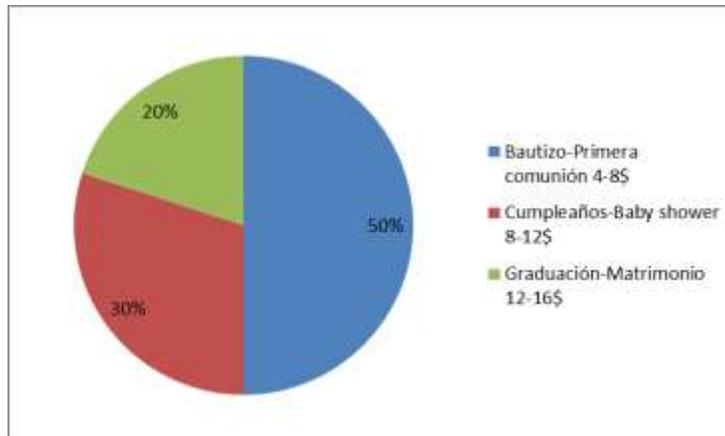
Tabla 3.25 Dinero a pagar por un servicio de catering

Opciones	Empresarios encuestados	Porcentaje
Bautizo-Primera comunión 4-8\$	5	50%
Cumpleaños-Baby shower 8-12\$	3	30%
Graduación-Matrimonio 12-16\$	2	20%
Total	10	100%

Fuente: Investigación de mercado (Encuesta)

Elaborado por: las autoras

Gráfico 3.25 Dinero a pagar por un servicio de catering



Fuente: Investigación de mercado (Encuesta)

Elaborado por: las autoras

Análisis: Como se visualiza en el gráfico 3.25 el 50% de los empresarios prefieren el rubro que se cobra por bautizo y primera comunión que es de 4-8\$, el 30% prefieren el rubro de cumpleaños y baby shower que es 8-12\$, y el 20% estaría dispuesto a pagar por graduación y matrimonio el rubro de 12-16\$.

3.6 Análisis y conclusión de los resultados.

De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los empleados de empresas del norte de Guayaquil, se demuestra que: el 67% de ellos si desean tener un servicio de catering en sus empresas porque les resulta más práctico que salir y buscar sus comidas o traer de sus casas.

Así mismo los encuestados dijeron que no conocen de una empresa de catering dirigida a este sector, obteniendo como resultado el 89% de los encuestados y sólo un 11% ha escuchado de alguno porque en sus empresas las tienen.

Otro punto que se deberá tomar en cuenta es el tipo de comida que les gustaría consumir, el 45% respondió que le gustaría la comida criolla seguida de la comida gourmet con el 21%, el 19% prefería la comida rápida porque no disponen de mucho tiempo para comer y el 15% escogió la comida vegetariana porque gustan de comida sana y cuidar su salud.

Los resultados obtenidos de la encuesta dirigida a diez empresarios del norte de Guayaquil demuestran que: el 30% si tiene servicio de catering en la empresa y el 70% no lo dispone.

Considerando además que según la ley del código de trabajo, por más de 50 empleados en empresas y por más de cien empleados en industrias se debe cubrir el gasto de comida.

Finalmente analizando las opciones de los servicios de catering en las empresas el 40% de los empresarios creen que es más conveniente que su personal tenga el servicio de comida en la empresa porque aumenta la producción y el 20% dejaron alternativas que son por facilidad de pago, control del tiempo y comida sana.

El análisis de investigación que se desarrolló le sirve al proyecto para darse a conocer como empresa de servicios de catering a través de las empresas que se encuentran en el sector norte de la ciudad de Guayaquil.

Capítulo 4

4. PROPUESTA PLAN DE MARKETING ESTRATÉGICO

4.1 Introducción

“4M Banquetes y Eventos” es una empresa que presta servicios de banquetes y eventos sociales creada por la señora Soraya Arias Reyes con el fin de proporcionar un servicio de buffet y organización de eventos sociales de todo tipo poniendo a su disposición todo lo necesario para su evento, esta empresa busca crear ideas temáticas innovadoras para los clientes al momento de requerir los servicios, ofrece la facilidad de que el cliente se sienta libre de crear su evento dejando en manos de nuestros organizadores todo el trabajo.

La empresa brinda un servicio completo de calidad, garantizado con precios ajustables a los presupuestos de los clientes. “4M Banquetes y Eventos” también ofrece un servicio a domicilio en caso de ser requerido, ya que muchas veces se presentan casos en que los eventos suelen hacerse en casa de los clientes, por lo que se trasladarán todos los equipos necesarios para el desarrollo del mismo. El servicio de catering no solo propone un servicio de buffet y bebidas en eventos, el servicio de catering significa dar un servicio de alimentación para el personal ejecutivo de una empresa que no cuente con el espacio y el personal necesario para brindar un servicio de este tipo, es por ello que “4M Banquetes y Eventos” buscará ingresar al mercado de una manera diferente aplicando como estrategia principal el ingreso como proveedor alimenticio a una empresa del sector empresarial del norte de la ciudad de Guayaquil.

De esa manera se logrará dar a conocer y podrá expandirse de diversas maneras, a su vez ofrecerá los servicios de eventos sociales que es su especialidad y así lograr llegar a

la mente del cliente. Un valor agregado que “4M Banquetes y Eventos” le dará a su negocio será las entregas a domicilio de almuerzos, postres, bocadillos, comida gourmet, comida internacional y comida típica ecuatoriana, así que proporcionará un servicio completo para sus clientes buscando satisfacer sus necesidades y cumplir con sus requerimientos. Cabe de recalcar que la empresa tiene los equipos y personal necesario para realizar un evento de mayor magnitud de ser requerido por alguna empresa.

4.2 Objetivos

4.2.1 General

Brindar a diario a la población del sector empresarial Norte de la ciudad de Guayaquil tanto servicios de catering y de eventos sociales de todo tipo (cumpleaños, coffee break, cenas, cocteles empresariales, matrimonios, quinceañeras, bautizos, graduaciones, fiestas infantiles, fiestas temáticas, etc.) con el fin de involucrar a los clientes en la organización de un evento pero que este se sienta libre de preocupación de su desarrollo.

4.2.2 Específico

- Mejorar los servicios día a día manteniendo un contacto permanente con sus clientes y usuarios.
- Ofertar siempre un servicio de calidad basándose en las necesidades de los clientes, buscando el bienestar y servir cada día mejor.
- Lograr ser reconocidos tanto por sus clientes y proveedores, creando una reputación favorable y de esa manera crecer y abarcar más el mercado.
- Buscar la satisfacción de las necesidades de sus clientes.

4.3 Misión

Brindar al cliente la facilidad de crear un evento social, proporcionándole un servicio personalizado y de calidad en el que el cliente se sienta involucrado pero sin la preocupación de su desarrollo. Se buscará innovar, creando estilos únicos e incrementando el servicio de catering para empresas acordes a las necesidades de sus clientes a precios cómodos.

4.4 Visión

Lograr a largo plazo ser reconocidos como una de las empresas de eventos y servicios de catering líder en la ciudad de Guayaquil para posteriormente abarcar el mercado nacional de empresas organizadoras de eventos sociales.

4.5 Valores

- Respeto
- Creatividad
- Calidad de Trabajo
- Compromiso
- Confianza
- Trabajo en Equipo
- Innovación
- Honestidad

4.6 FODA

Fortalezas

- Servicio Completo para todo tipo de eventos.
- Experiencia en organización y decoración.
- Personal capacitado como chef, wedding planers, decoradores.
- Seguimiento de un Evento desde su inicio hasta el momento del evento.
- Amplia cartera de Servicios.
- Innovación en Recetas Culinarias.
- Servicio de almuerzos de tipo ejecutivo para el sector empresarial del Norte de Guayaquil.

Oportunidades

- Poder económico: Dar a sus clientes precios asequibles ajustándose a su presupuesto.
- Contar con proveedores que les permiten facilitar y agilizar la contratación.
- Ofrecer la alternativa de entrega de comida en el establecimiento que lo requiera.
- Local de atención al público.

Debilidades

- Al ser novatos en este mercado se corre el riesgo de no satisfacer la necesidad del consumidor.
- Falta de Publicidad en los primeros años.
- Corren el riesgo de que los clientes no los prefieran por ser nuevos y que éstos prefieran seguir con aquellos que conocen por antigüedad.
- Dificultad para ingresar a una empresa como proveedor de comida por falta de espacio físico en la empresa.

- No disponen con un registro de actividades, esto es perjudicial para “4M Banquetes y Eventos” ya que así no puede evaluar las acciones de cada una de las personas que trabajan para la empresa.

Amenazas

- La gran demanda en el mercado de servicios de eventos y catering.
- Los constantes cambios de impuestos y el alza de precios dificultan la entrada al mercado para mantener precios fijos.

Realizando el análisis FODA, se logró enfocar en factores claves que los llevarán al éxito, se puede decir que a través de los años conseguirán ganar más experiencia y prestigio, como estrategia principal ingresar al sector empresarial Norte como proveedor alimenticio en una empresa con el objetivo de ganar clientela y así poder ofertar toda su cartera de servicios, así poco a poco ir ganando posicionamiento en toda la ciudad de Guayaquil. Esto también les permitirá ir conociendo y descubriendo los requerimientos de sus futuros consumidores para disminuir el riesgo de errores y vencer competidores.

4.7 Análisis PEST

Todas las empresas están limitadas y estructuradas bajo lineamientos y parámetro del entorno, cumpliendo las funciones de regulación que pueden llegar a ser limitantes o pueden generar oportunidades.

Las empresas de catering pueden ser motores de desarrollo e influencia dentro de la sociedad y dentro de su entorno con el fin de conocer las ocasiones que lo determinan y la influencia de la empresa en el mismo. Se hará el análisis PEST que consiste en analizar la empresa bajo las cuatro variables: Político, económico, social y el tecnológico.

4.7.1 Análisis Político

A nivel político la empresa “4M Banquetes y Eventos” debe cumplir con normas que exige el gobierno y por la cual todas las empresas sea cual sea su razón social deben acogerse.

Además la empresa es dirigida por la Sra. Soraya Arias de Márquez, quién es la representante legal de este negocio y está registrada como persona natural en el Servicio de Rentas Internas, cumpliendo con las declaraciones correspondientes.

Por otro lado según el código de trabajo, art. 434. Reglamento de higiene y seguridad enuncia: “En todo medio colectivo y permanente de trabajo que cuente con más de diez trabajadores. Los empleadores están obligados a elaborar y someter a la aprobación del Ministerio de Relaciones Laborales por medio de la Dirección Regional del Trabajo, un reglamento de higiene y seguridad, el mismo que será renovado cada dos años”. (Higiene industrial ambiente)

En la actualidad la empresa es familiar por lo que la dueña es la encargada de gestionar con proveedores, realizar el buffet solicitado y organizar adecuadamente los eventos.

4.7.2 Análisis Económico.

A nivel económico “4M Banquetes y Eventos” se ve afectada en los cambios y la inestabilidad de la economía del país, debido al cambio de algunos de los indicadores económicos como: la inflación, impuestos, el PIB, Tasa de desempleo, determinantes de la oferta y la demanda. Estos agregados macroeconómicos son tal vez los más significativos para la empresa ya que, estos son los que determinan el buen desempeño de la misma.

Por un lado, la canasta familiar determina la mortandad de los productos básicos alimenticios, tanto comestibles como de víveres, determina el precio de los productos y la estabilidad del mismo; el clima incide en las cosechas, las cosechas en la oferta de los productos y la oferta de los productos incide en el precio y lo determina, lo que significa que cuando hay escases de algún producto la empresa tiene dos posibilidades suprimir o disminuir el uso de dicho producto o aumentar los costos de producción afectando así la disponibilidad de sus clientes y corriendo el riesgo de perder contratos; generalmente la empresa recurre a la primera opción, logrando mantener los mismos estándares de calidad.

Según el estudio que realizó el INEC en el año 2014, varios comerciantes y consumidores indicaron que los precios de los productos han incrementado por lo que la inflación mensual es de 0.22%, la inflación anual es de 4.09%, y la inflación acumulada en el presente año es de 0.90%. Mientras en el año 2013 la inflación mensual fue de 0.21%, la inflación anual 2.40% y la inflación acumulada fue de 0.28%.(Anónimo, 2014)

En el 2015 se focalizará el subsidio de gasolina en Ecuador, lo que quiere decir que se aplicarán cupos de consumo de hasta 300 galones por año en el sector privado, esto afectará en parte a la empresa “4M Banquetes y Eventos” porque tienen un carro para transportar los materiales para la decoración de los eventos y para transportar los alimentos a los diferentes puntos solicitados.

4.7.3 Análisis Social

A nivel social, “4M Banquetes y Eventos” se ve afectada internamente en cuanto a la alteración de las políticas laborales y económicas del país que logran afectar a sus colaboradores y en general a la totalidad de sus recursos humanos.

Externamente “4M Banquetes y Eventos” se ve favorecida en la sociedad de manera positiva, debido a que su razón empresarial está dirigida hacia la prestación de un

servicio, que busca a su vez satisfacer determinadas necesidades de una población en específico. El compromiso y la responsabilidad más importante están con la sociedad y en especial con aquellas personas hacia las cuales está dirigido su servicio.

4.7.4 Análisis Tecnológico

“4M Banquetes y Eventos” poco a poco ha logrado implementar nuevas herramientas tecnológicas tanto para la elaboración y manipulación de alimentos como para la prestación del servicio.

En la actualidad, “4M Banquetes y Eventos” tendrá un software donde los clientes puedan solicitar sus pedidos de buffet, organización de eventos por la temática que escojan y donde podrán realizar transferencias de sus pagos correspondientes. De esta forma, la empresa garantizará ser innovadora y tendrá un factor diferencial muy importante frente a su competencia.

4.8 Análisis cinco Fuerzas de Porter

4.8.1 Poder de negociación con los clientes

El sector norte de la ciudad de Guayaquil se destaca por ser un sector empresarial muy concurrido en el cual encontramos diferentes tipos de empresas donde el requerimiento de un servicio de catering es necesario para dar estabilidad al personal dentro de una empresa, si bien es cierto que la demanda de estos negocios es grande y cada uno ofrece de diferente forma el servicio, es por eso que “4M Banquetes y Eventos” llega para superar las expectativas de los empresarios del sector Norte de la ciudad de Guayaquil, los clientes darán acogida a la empresa puesto que nos diferenciaremos por ofrecer un

servicio completo con ideas innovadoras, ya sea en un menú de comida variado o para creación de un evento social de cualquier tipo, a su vez ofertará diferentes opciones de servicio tanto la organización de eventos, como la entrega de comida directo en su lugar de trabajo, también pondremos a disposición una lista de postres, bocadillos y tortas personalizadas para cualquier ocasión brindando un eficiente servicio que garantice la fidelidad de los clientes. Es por esto que la negociación con los clientes se encontrará en un nivel bajo ya que no existirán problemas al momento de querer promocionar nuestro servicio.

4.8.2 Poder de negociación de los proveedores

“4M Banquetes y Eventos” no tendrá inconvenientes con los proveedores por que no son entidades que cuenten con grandes recursos para imponer condiciones de precio. El poder de negociación con los proveedores será favorable para el negocio por la variedad de proveedores que existen en el mercado que nos facilitarán todo aquello necesario para la organización de eventos y preparación de buffet. La existencia de proveedores en el mercado ayudará para adquirir los recursos a bajos costos con un plazo de pago extendido pero sobre todo tenemos la seguridad de que entregarán productos y artículos de buena calidad.

A continuación se mostrará un listado de los proveedores de la empresa “4M Banquetes y Eventos”, estos son los proveedores con los que la empresa ha trabajado hasta el momento, detallaremos que tipo de servicio o producto provee a la empresa.

Para realizar la tabla de proveedores se toma en cuenta empresas y personas que han trabajado durante estos ocho años con la empresa “4M Banquetes y Eventos”. A su vez se incrementará nuevos proveedores que proporcionarán un servicio diferente y de calidad que ayudarán al crecimiento de la empresa.

Tabla 4.1 Lista de proveedores

LISTADO DE PROVEEDORES	
Festejos Sur	Alquiler de sillas plásticas, mesas redondas, mesas cuadradas, sillas con brazos, sillas sin brazos, sillas tifani, butacas, salas para cocteles, sillas altas y mesas altas de coctel.
Alta Sociedad	Alquiler de Forros, Manteles, Lazos, servilletas de tela, tules y telas para decoración de local, Samovares, Cristalería para buffet y cristalería para decoración, cubiertos, chocolateras, carretas de canguil, hot dogs, granizados, algodón de azúcar y churros.
Conejo	Alquiler de equipos de sonido como parlantes, consolas, micrófonos, Dj's, máquinas de humo, luces, máquinas de confeti, máquinas de burbujas, tarimas, pistas de baile para césped, pisos de baile para piscinas.
Panadería y Pastelería Deli Pan	Bocaditos de sal y dulce, panes de todo tipo, galletas entre otros productos de panadería.
Paola Coello	Bocaditos especiales personalizados y de estilo más gourmet requeridos para cada ocasión.
Ana Lissette Carrillo	Cupcakes, cake pops, galletas y tortas personalizadas.
Edison Villamar	Fotógrafo Profesional, filmación y videos.
Pronaca-Plumrose	Carnes, pollo, chanco, embutidos.
Mishell Márquez Arias	Chef. (Tecnóloga en Alimentos)
Roberth Zúñiga Salazar	Diseñador gráfico.
Florería freshflor	Flores, rosas, arreglos florales de todo tipo.
Roberto Pinargote	Capitán de meseros

Elaborado por: Autoras

4.8.3 Amenaza de entrada de nuevas competencias

Según la naturaleza del negocio y el servicio que ofrece “4M Banquetes y Eventos”, es normal que puedan aparecer nuevos competidores con nuevas ideas llamando la atención del consumidor. Para ello la empresa “4M Banquetes y Eventos” se destacarán en la organización de eventos sin descuidar la calidad de los alimentos que ofrecen, dando así un servicio similar al de los competidores pero agregando un valor diferente en cada evento satisfaciendo las necesidades del consumidor.

4.8.4 Amenaza de productos sustitutos

En la ciudad de Guayaquil, existe una variedad de empresas que ofrecen servicios de comida como son los restaurantes que en la actualidad solo ofrecen servicios de comida pero no el de la organización de eventos que es una parte importante para nuestra empresa. Entonces se puede acotar que la empresa lleva una ventaja ante los sustitutos.

(Véase Anexo 5)

4.8.5 Rivalidad de competidores

Para “4M Banquetes y Eventos” es más difícil competir en un mercado donde hay competidores que ya están bien posicionados, es por ello que se encontrarán en una guerra de precios entonces lo que respecta hacer como nueva empresa es estar al pendiente de la competencia saber cuáles serán sus nuevas estrategias y descubrir cuáles son sus métodos para mantener fidelizado a un cliente. Pues entonces se puede concluir que el mercado de servicios de catering es muy atractivo ya que los clientes siempre están a la expectativa de negocios nuevos que le brinden más facilidades al momento de

realizar un evento, los clientes buscan cosas creativas siempre estar a la par de todo lo nuevo, para esto “4M Banquetes y Eventos” estará dispuesto a brindar el servicio de la mejor manera con las mejores ideas a los mejores precios y sobre todo un servicio de calidad, garantizando que su personal esté altamente capacitado para cumplir con los requerimientos de sus clientes.

A continuación se presentarán dos cotizaciones de empresas competidoras y de gran reconocimiento en la ciudad de Guayaquil, empresas que tienen poco tiempo en este mercado pero que han logrado alcanzar reconocimiento. **(Véase en Anexo 6)**

4.9 Análisis del Servicio

4.9.1 Cartera de Servicios

Ofertas Gastronómicas

Tabla 4.2 Cartera de Servicio

Desayunos	Brunch
 <p data-bbox="298 1745 532 1772">Fuente: Soraya Arias</p>	 <p data-bbox="878 1745 1112 1772">Fuente: Soraya Arias</p>

Almuerzos



Fuente: Soraya Arias

Cenas



Fuente: Soraya Arias

Buffet



Fuente: Soraya Arias

Parrilladas



Fuente: Soraya Arias

Coffee Break



Fuente: Soraya Arias

Café o Te



Fuente: Soraya Arias

Coctel



Fuente: Soraya Arias

Tortas Personalizadas



Fuente: Soraya Arias

Postres y bocaditos



Fuente: Soraya Arias de Márquez

Fiestas Temáticas



Fuente: Soraya Arias de Márquez

Eventos Sociales de todo tipo



Fuente: Soraya Arias

Entregas Especiales para toda ocasión con diferentes personajes



Fuente: Soraya Arias

Hora Loca



Fuente: Soraya Arias

Cantantes en vivo



Fuente: Soraya Arias

Grupos Musicales



Fuente: Soraya Arias

Entregas a domicilio de buffet, postres, bocaditos



Fuente: Soraya Arias

4.10 Nuevo logo y slogan

Ilustración 4.1 Logo y slogan



Slogan: “Presente en tus mejores momentos”

Elaborado por: Autoras

4.11 Plan Estratégico de Marketing

4.11.1 Participación de mercado

En la encuesta dirigida para el personal, se conoció que el 67% de la población sí le gustaría tener un servicio de catering empresarial; de la misma manera en las encuestas dirigidas a empresarios se dio a conocer que el 40% le gustaría tener una empresa de

catering segura y confiable que le brinde los servicios de comida y realización de eventos. Por lo tanto, los porcentajes mencionados es la demanda actual con la que cuenta “4M Banquetes y Eventos”, enfocado a empresarios y personal.

A continuación se detalla en el cuadro:

Tabla 4.3 Participación de mercado

Encuesta dirigida al personal	Pregunta No. 1 ¿Le gustaría tener un servicio de catering empresarial?	Del 100% <ul style="list-style-type: none"> • El 67% respondió que SÍ. • El 33% dijo que NO.
Encuesta dirigida para empresa	Pregunta No. 8 ¿Le gustaría tener una empresa de catering segura y confiable que le brinde los servicios de comida y realización de eventos?	Del 100% <ul style="list-style-type: none"> • 40% respondió que SÍ. • EL 60% dijo que NO.

Elaborado por: las autoras

La empresa “4M Banquetes y Eventos” debe aprovechar todos estos posibles clientes, con lo cual aumentaría sus ganancias y, por lo tanto, su participación en el mercado

4.11.2. Estrategia de Marketing 8’Ps

4.11.2.1 Producto

“4M Banquetes y Eventos” es una empresa dedicada a la Organización de todo tipo de eventos sociales y a la elaboración de comida de todo tipo para cualquier ocasión, esta

empresa se encargará de proporcionar el servicio completo como: reservación de lugar, decoración, buffet, música, luces, sonido, filmación, fotografía, animación, entre otros. En el caso de no requerir el servicio completo se realizará la entrega de la comida a domicilio.

Estrategias De Producto:

- Incrementar nuevos atributos a nuestro servicio
- Aumentar el menú y variar de acuerdo al requerimiento del cliente bien.
- Mejorar el servicio para garantizar que el consumidor disfrute del mismo brindando de mejor manera la asesoría antes de contratar el servicio.
- Ofrecer un servicio de calidad con ingredientes de primera calidad.

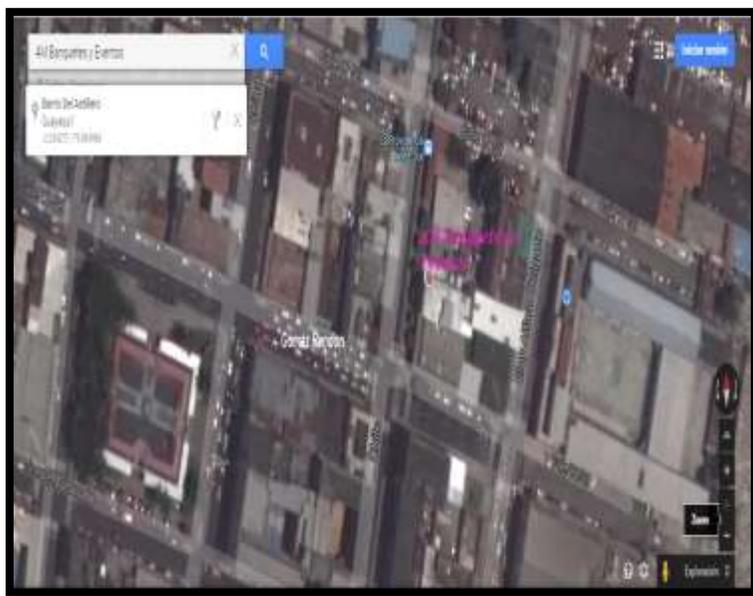
4.11.2.2 Plaza

La plaza consiste en los puntos de ventas y oficinas donde se encontrará la empresa, el espacio donde podrá atender a los clientes y ofrecer sus servicios. “4M Banquetes y Eventos” al ser una empresa que comenzó con un capital de inversión mínimo deberá acondicionar una oficina en el lugar estratégico donde haya facilidad de ofertar sus servicios y a su vez darse a conocer no solo por la organización de eventos sino también por la prestación de servicios de comidas para empresas. Por lo que las estrategias que se escogieron de acuerdo a la plaza son las siguientes.

Estrategias de Plaza:

- Ofrecer los servicios vía telefónica.
- Visitar las empresas del sector Norte de Guayaquil junto con una carta de presentación, para ofertarles el servicio de comida para sus empleados y también la alternativa de hacer la entrega en las instalaciones de trabajo.
- La oficina estará ubicada en una avenida principal en el centro de la ciudad. Calle Chile 1012 y Gómez Rendón

Ilustración 4.2 Dirección del local



Fuente: Google maps

Elaborado por: Las Autoras

Ilustración 4.3 Local nuevo de “4M Banquetes y Eventos”



Elaborado por: Autoras

4.11.2.3 Promoción

“4M Banquetes y Eventos” al ser una empresa nueva en el mercado tendrá que recurrir a las estrategias de promoción tales como: medios sociales, descuentos, premios a la fidelidad, ferias y convenciones, regalos publicitarios. Ya que de esta manera le permitirá a la empresa cumplir con sus objetivos de ventas, aumentar la participación de mercado en largo plazo y aumentar la fidelización de sus clientes potenciales y futuros clientes.

La empresa se basará en las fechas más representativas del año como día de San Valentín, día de la madre, día del padre, navidad, año nuevo, cumpleaños entre otros.

Estrategias De Promoción:

- Un evento que supere las 400 personas obtendrá un descuento en el valor total del contrato del servicio.
- Se ofrecerá un descuento del 25% a las empresas que soliciten almuerzos los fines de semana y que no están dentro del contrato corporativo.

Tabla 4.4 Descuentos corporativos

Tabla de Descuentos Corporativos	
De 200 a 300 Almuerzos	3%
De 301 a 500 Almuerzos	5%
501 ó más Almuerzos	7%

Elaborado por: Autoras.

Tabla 4.5 Descuentos para eventos

Tabla de Descuentos Para Eventos	
De 150 a 300 Personas	5%
De 301 a 400 Personas	6,66%
401 ó más Personas	8,33%

Elaborado por: Autoras

Estrategias De Publicidad:

- Crear boletines para promocionar por medio de redes sociales como lo son Twitter, Facebook, WhatsApp, enviando cadenas y publicando imágenes sobre los servicios que se ofrece tanto de la organización de eventos como las entregas de todo tipo de comida en eventos realizados en casa o en empresas.
- Entregar tarjetas y volantes en cada evento
- Colocar sticker con el logo de la empresa en todos los recipientes de las diferentes comidas que serán entregadas.
- Colocar un banner con el nombre de nuestra empresa en un lugar específico del evento sin dañar la estética del mismo.
- Aprovechar del medio más importante como lo son las relaciones públicas (publicidad directa o de boca a boca), esta estrategia se aprovechará a medida que los eventos se den y de acuerdo a la satisfacción y buena impresión que se lleven los clientes, recomendará a más personas.
- Si el cliente contrata el servicio de eventos completo se dará sin ningún costo la decoración del local y la torta.
- Se inscribirá a la empresa para que pueda participar en ferias y exposiciones más representativas en la ciudad de Guayaquil colocando gigantografías, posters y banners para darse a conocer al público.
- Se entregará flyers, afiches en lugares estratégicos.
- Crear una página web de la empresa con su cultura organizacional, información sobre lo que hace, promociones, fotos, oferta, ideas de crear un evento y un espacio donde el cliente pueda dejar sus sugerencias para mejorar el servicio.
- Crear un folder con fotos para las empresas a las que se les ofrecerá un servicio de catering.
- Presentar una cuña radial en una emisora conocida de la ciudad de Guayaquil.

Ilustración 4.4 Fan page de Facebook



Elaborado por: las autoras

Ilustración 4.5 Portal en página web



Elaborado por: Las Autoras

Ilustración 4.6 Tarjeta de presentación antes



Fuente: Soraya Arias

Ilustración 4.7 Tarjeta de presentación ahora



Elaborado por: Autoras

Ilustración 4.8 Volantes antes



Fuente: Soraya Arias

Ilustración 4.9 Volantes ahora



Elaborado por: Autoras

4.11.2.4 Precio

“4M Banquetes y Eventos” ofrece diferentes tipos de servicios de acuerdo al paquete que desee contratar el cliente lo que será la base de la decisión para la adquisición del servicio, el precio es uno de los puntos más importantes al momento de requerir este tipo de servicios ya que los precios que se ofrezcan marcarán la diferencia entre un servicio y otro.

Estrategias de Precios

- Una estrategia de precio es “A mayor cantidad menor precio” lo que quiere decir que mientras más personas consuman este servicio dentro de una empresa o un evento el valor por persona será menor y viceversa a menor cantidad de personas el precio será mayor.
- Se ofrecerá valores con un servicio completo es decir un solo valor por persona donde se incluya todo; buffet, bebidas, cristalería, menaje, DJ, local, animación,

decoración, mantelería, mesas, sillas, meseros, animación, música, luces, sonido, y todo esto en un lapso de 5 horas que es el mínimo de horas para un evento.

- Un método que “4M Banquetes y Eventos” utilizará es sumar un porcentaje a los precios de los costos de los productos y servicios para obtener un margen de ganancia, esto aumentará la demanda y así mismo estaremos acorde al mercado y en épocas de baja demanda los precios serán menores.

A continuación se mostrará una tabla del porcentaje de ganancias por cantidad de personas:

Tabla 4.6 Estimación de ganancia

Estimación de Ganancia de acuerdo al número de personas en un Evento	
Menor a 50 Personas	Ganancia del 35%
100 Personas	Ganancia del 30%
150 Personas	Ganancia del 25%
200 Personas	Ganancia del 20%
300 Personas en adelante	Ganancia del 15%

Elaborado por: las autoras

4.11.2.5 Personas

“4M Banquetes y Eventos” al ser una empresa pequeña no cuenta con mayor personal en oficina, el personal es rotativo para cada evento dependiendo de la contratación de evento que realicen nuestros clientes.

Estrategias de Personal

- La propietaria capacitará y proporcionará los recursos necesarios para su personal con antelación al evento, de esa manera evitará posibles errores y asegurará el éxito del mismo.
- Se dará una bonificación en caso de que el número de invitados exceda del pactado.
- La propietaria dotará de uniformes para las dos personas que atenderán al cliente.

Ilustración 4.10 Seminario Teórico y Práctico de Ambientación de Eventos



Fuente de: Soraya Arias

4.11.2.6 Physical Evidence (Evidencia Física)

La empresa invertirá en alquiler para una oficina donde tenga todo aquello necesario y visible para sus clientes de esa manera podrá ofrecerles una mejor atención y proporcionarles la información necesaria para ellos.

Estrategias de Physical Evidence

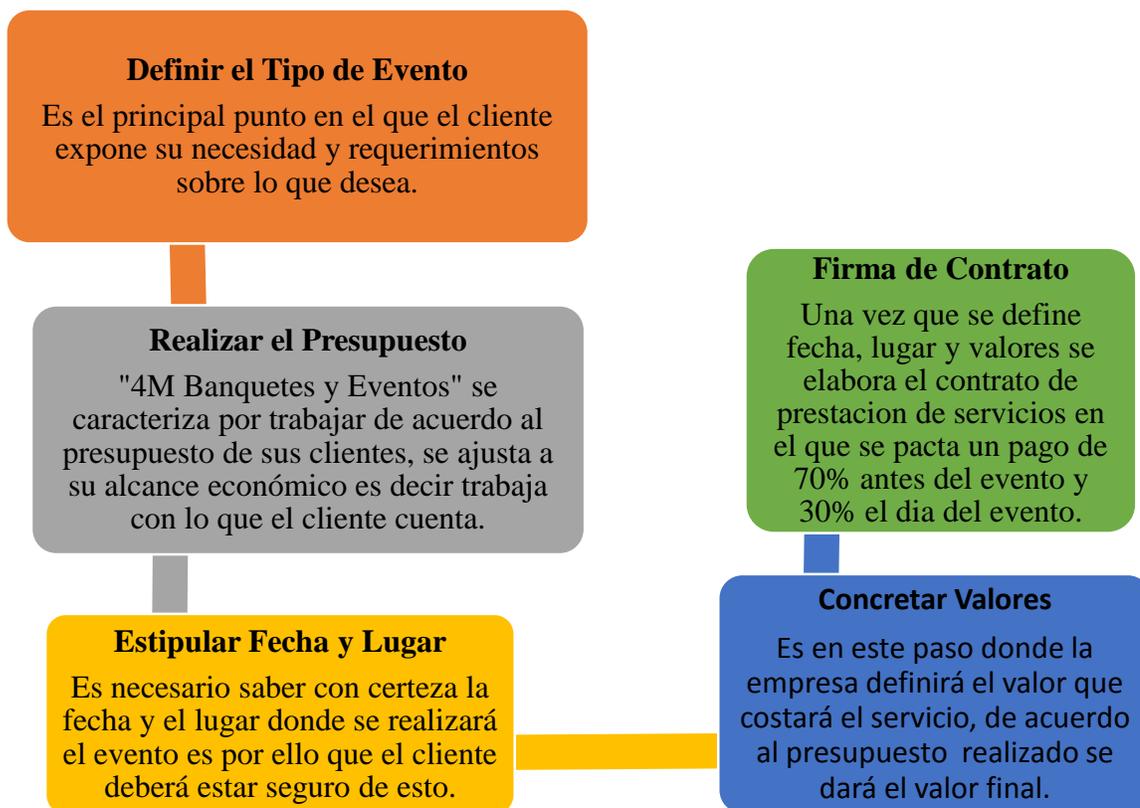
- La oficina estará decorada de tal manera que el cliente se sienta en un evento, la puerta principal será totalmente de vidrio con la finalidad de atraer la vista de los clientes que transiten el lugar.
- Contarán con un álbum de fotos de todos los eventos realizados, será un álbum por tipo de evento.
- Tendrán a la mano trípticos, tarjetas de presentación, brochures para nuestros clientes.
- Se dará como opción las degustaciones tanto en comida, bocadillos, bebidas, entre otros.

4.11.2.7 Procesos

La empresa tomará en cuenta una serie de pasos a seguir para la elaboración de un evento, para esto se puntualiza cada paso a realizarse. Hemos decidido hacer 3 procesos diferentes ya que este servicio lo requiere.

Estrategias de Procesos

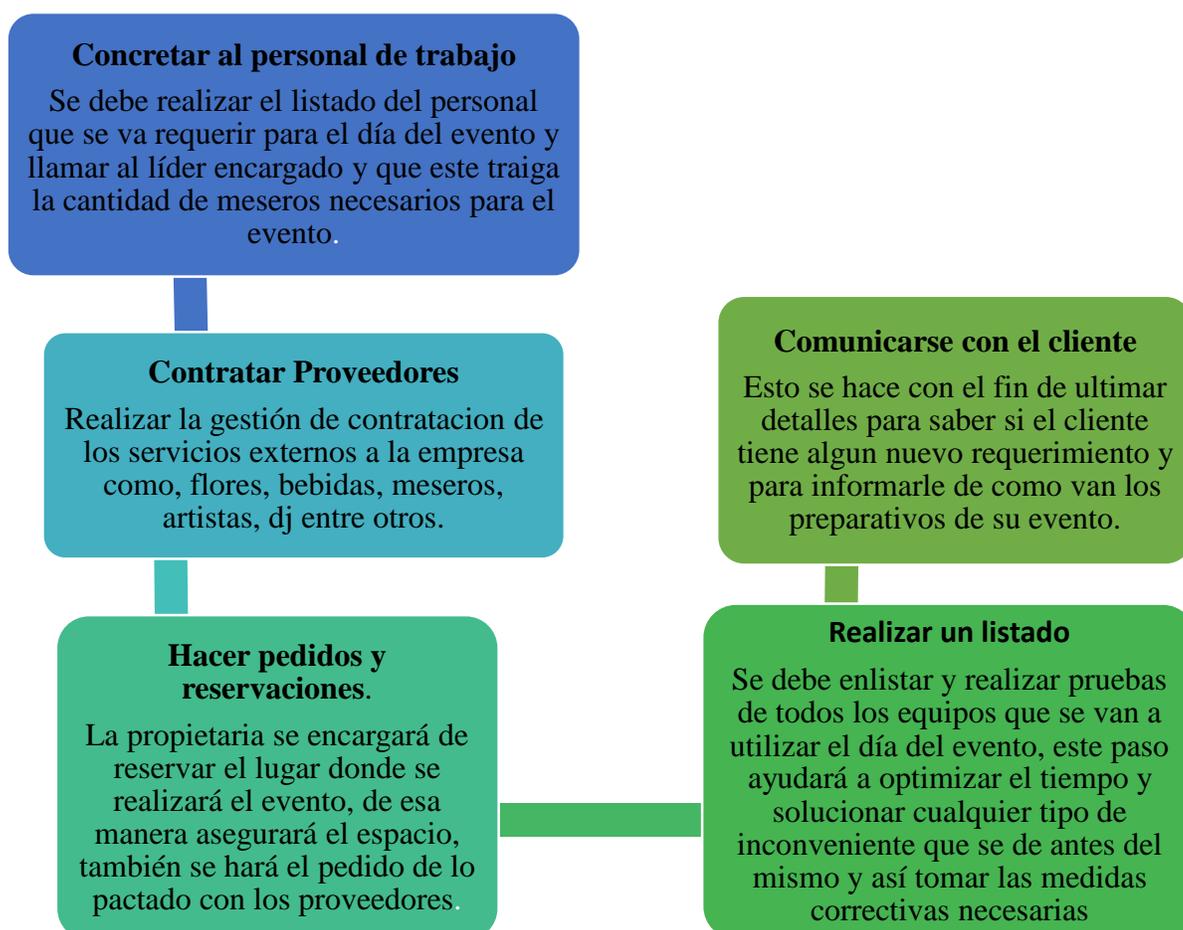
Gráfico 4.1 Antes del Evento



Elaborado por: las autoras

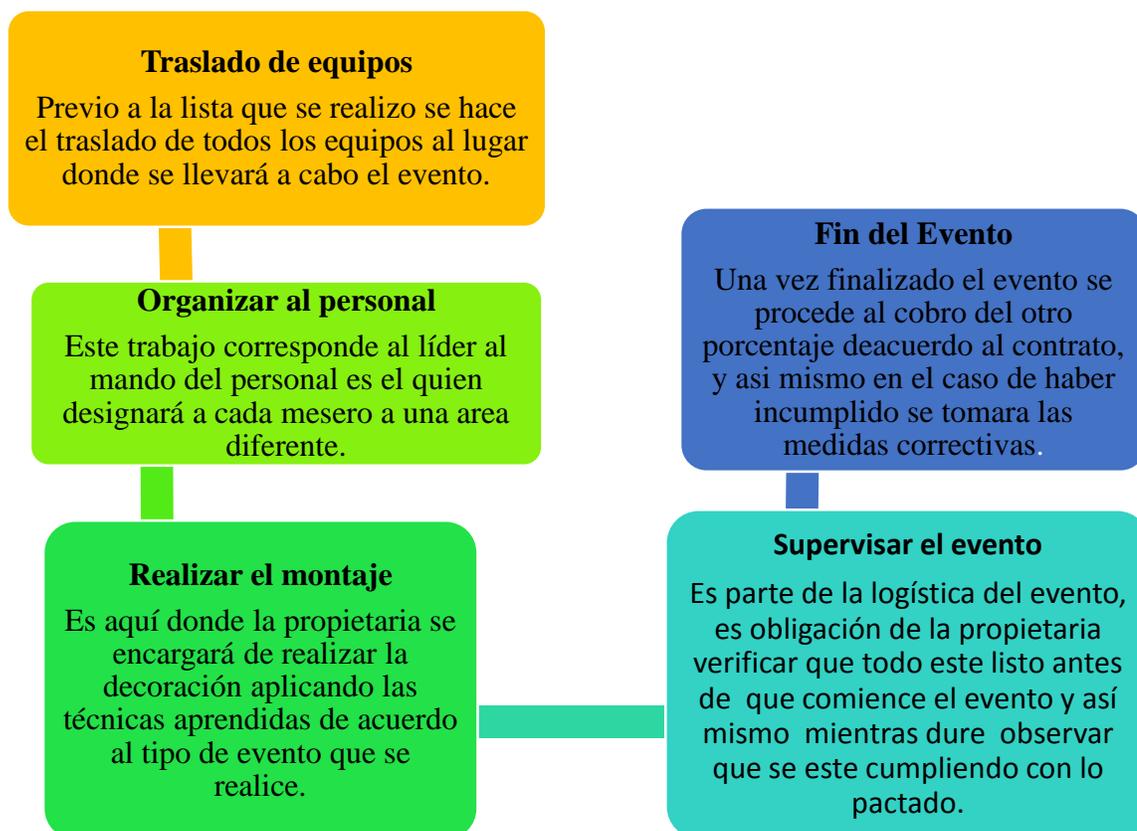
A continuación se puede observar en el gráfico 4.2 el proceso previo al evento, que se realiza para dejar reservado todo lo necesario para el día del evento.

Gráfico 4.2 Previo al evento



Elaborado por: las autoras

Gráfico 4.3 Día del evento



Elaborado por: las autoras

4.11.2.8 Productividad y Calidad

La productividad y calidad van ligadas a los procesos de la empresa es por eso que “4M Banquetes y Eventos” procurará disminuir los costos sin dañar la calidad del producto y la propietaria deberá incursionar en nuevas técnicas que le ayudarán a mejorar su servicio para ganar más clientela.

Estrategias de Productividad y Calidad

- Innovar en los menús proponiendo nuevas ideas de comidas.
- La propietaria estará en constantes capacitaciones para estar actualizada en nuevas tendencias para la creación de eventos.

- Motivar a los empleados antes de empezar cada evento, ayudará a efectivizar el cumplimiento del servicio.
- El tiempo será administrado de tal manera que se cumpla con el cronograma pactado con el cliente.
- Establecer una buena comunicación con el cliente.
- El capital de trabajo será administrado de mejor manera, utilizando lo necesario para observar al final cual es el margen de ganancia.
- Adquisición de nuevos equipos que minimizarán el gasto de alquiler.

4.12 Plan de Acción

El plan de acción consiste en tomar las acciones de acuerdo a las estrategias realizadas en el plan estratégico de marketing.

Tabla 4.7 Plan de acción

Acción	Fecha de Inicio	Fecha de Culminación	Persona(s) Responsable	Presupuesto de la Acción
Rediseño de Menú	Feb-2015	Feb-2015	Chef y Propietaria	100,00
Alquiler de espacio físico	Mar-2015	Abr-2015	Propietaria	600,00
Cuña Radial	Abr-2015	Abr-2015	Kathy Triviño (comunicadora)	500,00
Promociones por Redes Sociales	Ene-2015	Dic-2015	Propietaria Asistente	0,00
Entrega de Volantes y Tarjetas	Ene-2015	Dic-2015	Repartidor de alimentos	364,00
Capacitación	Jun-2015	Oct-2015	Propietaria	500,00
Elaboración de Carta de Presentación	Feb-2015	Mar-2015	Roberth Zúñiga (diseñador gráfico) Asistente	120,00
Adecuación de Local	Abr-2015	Abr-2015	Propietaria Asistente Mesero	200,00

Elaborado por: las autoras.

La tabla de plan de acción elaborada muestra el periodo en el que se realizará cada acción con un responsable a cargo y el costo estimado para cada una de ellas, estas acciones conlleva las estrategias de las 8 P del marketing elaboradas para la empresa “4M Banquetes y Eventos”

4.13 Control y Seguimiento

La propietaria de la empresa tendrá un cuadro de control y seguimiento donde estipulará las fechas reales para cada acción y las acciones elaboradas de acuerdo a la estrategia de las 8 Ps del marketing de servicios con un cuadro de observaciones/informes de las actividades que se irán realizando, se pondrá el costo final por cada acción, esto se hace con el fin de poder realizar comparaciones y demostrar si en realidad se está cumpliendo el plan de acción elaborado anteriormente y de no ser así tomar las medidas correctivas necesarias.

El motivo de realizar un plan de acción ayudará a la Sra. Soraya Arias propietaria de la empresa “4M Banquetes y Eventos” a estipularse un tiempo para realizar una acción y a su vez manejar presupuestos de valores que se invertirán para mejoras en el futuro, también podrá realizar comparaciones entre todas las actividades que se realizarán para saber a qué está contribuyendo cierta acción si la acción realizada beneficia a la empresa y de ser lo contrario crear nuevas acciones que ayuden a su posicionamiento en el mercado de servicios de Catering, Banquetes y Eventos Sociales.

Las acciones se realizarán a lo largo del año, al finalizar cada acción la propietaria deberá realizar una reunión con el chef y los demás asistentes que conforman su empresa donde pueda mostrarles los resultados dados por dicha acción y junto con ellos contribuir con ideas y opiniones que ayudarán a la mejora del servicio para lograr alcanzar los objetivos establecidos por la empresa.

4.14 Estado de Resultado

Tabla 4.8 Estado de resultado

<i>“4M Banquetes y Eventos”</i>		
<i>Estado de Resultados Año 2014</i>		
<i>2013-2014</i>		
CUENTA	Años 2013	Año 2014
Ventas	\$19.000,00	\$21.000,00
Costo de Ventas	\$2.015,95	\$2.998,70
Utilidad Bruta en Ventas	\$16.984,05	\$18.001,30
Gastos Operacionales		
Gastos de Ventas	\$1.369,00	\$1.500,00
Gastos de Administración	\$800,00	\$978,00
Gastos Varios	\$733,56	\$842,78
Total Gastos Operacionales	\$2.902,56	\$3.320,78
Utilidad Antes de Participación de Trabajadores	\$14.081,49	\$14.680,52
Participación de Trabajadores 15%	\$2.112,22	\$2.202,08
Utilidad antes de Impuesto a la Renta	\$11.969,27	\$12.478,44
Impuesto Sobre la renta del 22%	\$2.633,24	\$2.745,26
UTILIDAD NETA	\$9.336,03	\$9.733,18

Elaborado por: Autoras

4.15 Presupuesto para el plan

Una vez establecidas las estrategias para cada actividad del marketing mix se debe realizar un presupuesto, que reflejará el monto total para la realización de las mismas, con el propósito de lograr los objetivos propuestos.

Tabla 4.9 Presupuesto para el plan de marketing

Gastos generales	Cantidad	Costo unitario	Costo total anual
<u>Gastos de capacitación</u>			300,00
Capacitación de la propietaria	1 Mes	300	
<u>Gastos de publicidad</u>			
<u>Radio</u>			4800,00
Radio canela	6 Meses	800	
<u>Material POP</u>			570,00
Tarjeta de presentación	1000	70	
Volantes	3000	180	
Banner o roll up	2	140	
Afiches tamaño A3	120	180	
<u>Internet</u>			870,00
Rediseño del logo		120	
Creación del sitio web		700	
Plan de internet		50	
<u>Grabación de cuña promocional</u>	1	600	600,00
<u>Arriendo</u>	12 Meses	300	3600,00
Servicios básicos			1560,00
Luz		45	
Teléfono		25	
<u>Combustible y movilización</u>		100	1200,00
TOTAL			\$ 13.500,00

Elaborado por: Autoras

4.16 Manuales de funciones por cargo

4.16.1 Manual de la empresa “4M Banquetes y Eventos”

Tabla 4.10 Descripción del cargo y de funciones de Coordinador de Eventos

Identificación del Cargo		
Denominación:	Coordinador de Eventos	Remuneración : \$ 700,00
Categoría del puesto	Nivel administrativo	Forma de pago: Mensual
Reporta a : Supervisor		Supervisa a : Meseros Proveedores Personal de Estibación
Resumen general del puesto		
<p>Objetivos Generales</p> <p>Dirigir y Coordinar que se cumplan los procesos establecidos en el plan de marketing, bajo los estándares establecidos, para la obtención de resultados positivos en el rendimiento de cada una de las actividades realizadas ya sea en un evento o en la prestación de servicios de catering para empresas.</p>		
Requisitos Mínimos		
<p>Edad : De 25 años en adelante</p> <p>Género : Femenino</p> <p>Estado civil : Indistinto</p> <p>Nivel de estudios : Superior</p> <p>Título requerido : Ing. Comercial/Administrativo</p> <p>Experiencia laboral : Mínimo 2 años en el área y cargos similares.</p> <p>Requisitos : Conocimientos en el área de logística : Carisma para atención al público</p>		

<p style="text-align: center;">: Conocimiento de Utilitarios Avanzado</p> <p>Idiomas: : Ingles Básico</p>
<p>Relaciones del puesto</p>
<p>Internamente</p> <p style="padding-left: 40px;">Superiores</p> <p>Supervisor: coordinar y delegar funciones en otros funcionarios, administración, personal de cocina, chef, etc.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Horario: Desde las 08:30 am hasta las 17:30 pm. Descanso 60 minutos. • Disponibilidad de horario: Lunes a Viernes/ Horario normal Sábados, Domingos y feriados dependiendo del requerimiento de control para una actividad. <p>Disponibilidad de Tiempo completo</p>
<p>Tipo de trabajo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El trabajo se realiza fuera de las oficinas directamente en el lugar donde se preste el servicio.
<p>Exigencias especiales del puesto</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Atención activa y consciente: Errores en el desempeño de su trabajo pueden afectar al personal que tiene a cargo. • Trabajo en Equipo: Orientar y colaborar con el personal del área, en desarrollar las diversas actividades. • Acatar órdenes: Asumir instrucciones de parte de su superior inmediato.

N°	DETALLE	DIA	SEMANAL	QUINCENAL	MENSUAL
1	Controlar y registrar el ingreso de Los artículos y utensilios para cada ocasión.				
2	Proveer los recursos necesarios de acuerdo a los requerimientos y necesidades del lugar y el evento.				
3	Mantener contacto permanente con el personal de trabajo.				
4	Coordinar que se cumpla el programa establecido con el cliente.				
5	Cerciorarse que se encuentre todo en su lugar para iniciar un eventos				
6	Controlar a los proveedores y verificar que entreguen todo				
7	Preparar al personal que trabajara el día del evento.				
8	Controlar y coordinar la organización y espacios disponibles para cada persona.				
9	Informar al supervisor sobre algún incidente que se suscite				

Elaborado por: las Autoras

4.16.2 Manual de Chef

Tabla 4.11 Descripción de funciones del Chef

Identificación del puesto		
Denominación:	Líder de cocina	Remuneración: \$ 900,00
Categoría del puesto:	Nivel de Producción	Forma de pago: Mensual
Reporta a :	Gerente General	Supervisa a : Asistentes de Cocina
Resumen general del puesto		
Objetivos General		
Elaborar la carta o menú considerando las necesidades del establecimiento. Desarrollar la carta o menú y formular las recetas estándar de acuerdo a las necesidades del		

establecimiento.
Requisitos Mínimos
<p>Edad : De 30 años en adelante</p> <p>Género : Indistinto</p> <p>Estado civil : Indistinto</p> <p>Nivel de estudios : Superior</p> <p>Título requerido : Chef o carreras afines con la gastronomía</p> <p>Experiencia laboral: Mínimo 3 años en empresas de catering.</p> <p>Requisitos : Capacidad de liderazgo para organizar a un grupo de personas. Sensibilidad, imaginación, y creatividad Plástica. Destreza en la manualidad fina. Habilidad para la planificación de actividades. Facilidad de Comunicación con la gente. Estrategia Comercial. Facilidad para los idiomas.</p>
Relaciones del puesto
<p>Colegas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Meseros: Coordina la atención a los invitados, establece lo necesario para poder elaborar un banquete.
<ul style="list-style-type: none"> • Horario: Lunes a Sábado • Disponibilidad de horario: Martes a Domingo/ un día libre a la semana Disponibilidad de Tiempo completo y de ser requerido. Se cancelará recargos por horas extras.
<p>Especialidades:</p> <p>Cocina Nacional Ecuatoriana, Panadería y Pastelería, Chocolatería y confitería, Cocina Extranjera, Negocios Gastronómicos. Entre otras.</p>

Exigencias especiales del puesto						
<ul style="list-style-type: none"> • Especial motivación por cocinar, fascinación por los aromas, texturas y sabores. • Frecuente interés por llevar a cabo nuevas recetas. • Motivación por innovar y crear nuevas preparaciones culinarias que impacten a las personas con algo novedoso. • Paciente y detallista en trabajos de manualidad. • Gusto por organizar actividades. • Motivación por detectar oportunidades y aprovecharlas para crear servicios exitosos. 						
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES						
N°	DETALLE	DIARIO	SEMANAL	QUINCE	NAL	MENSUAL
1	Receptar la lista de insumos de cocina					
2	Tomar en cuenta los valores nutricionales de cada producto a utilizar.					
3	Realizar la degustación de los platos a la Gerente					
4	Llevar un inventario de los insumos y materiales de cocina.					
6	Informar al jefe inmediato de algún inconveniente.					
9	Coordinar la salida de alimentos					
10	Mantener los equipos de cocina en buenas condiciones.					
11	Cumplir con la política, normas de aseo e higiene para la manipulación de alimentos.					

Elaborado por: las autoras

4.16.3 Manual de Asistente de Atención al Público

Tabla 4.12 Descripción de funciones de Asistente

Identificación del puesto		
Nombre del puesto:	Recepcionista	Remuneración \$ 400,00
Categoría del puesto:	Nivel Administrativo	Forma de Pago: Mensual

Reporta a : Gerente	Supervisa a : Supervisores y Coordinadores
Resumen general del puesto	
Objetivos General	
<p>Coordinar procedimientos administrativos, establecer prioridades de trabajo, agendar eventos y contactar a todos los proveedores para la elaboración de un evento. Elaborará presupuestos y atenderá al cliente en oficina proporcionándole la información necesaria y requerida por el mismo. Ser mano derecha de la Gerente.</p>	
Requisitos Mínimos	
Edad	: De 24 años en adelante
Género	: Femenino
Estado civil	: Indistinto
Nivel de estudios	: Superiores
Título requerido	: Bachiller
Experiencia laboral	: Mínimo 2 años en el área de Seguridad Aeroportuaria
Requisitos	: Atender con calidad, eficiencia, amabilidad a las visitas y canalizarlas con quien corresponda. Contestar y transferir llamadas telefónicas; Recibir y distribuir oportunamente los recursos para los supervisores.
Condiciones de trabajo y ambiente	
<ul style="list-style-type: none"> • Condiciones ambientales: Luz natural y artificial Aireación natural y artificial. • Horario: Lunes a Viernes de 8:30 a 17:30 • Disponibilidad de horario: Lunes a Viernes 	
Tipo de trabajo:	
<ul style="list-style-type: none"> • El trabajo se realiza en el área de Oficina. • Temperatura adecuada al lugar. • Características de higiene normales / Estructura adecuada. 	
Trabajo:	
<ul style="list-style-type: none"> • Atención activa y consciente: Errores en el desempeño de su trabajo pueden 	

afectar al negocio directamente.					
<ul style="list-style-type: none"> • Trabajo en Equipo: Orientar y colaborar con el personal de servicio en desarrollar las diversas actividades. • Acatar órdenes: Asumir instrucciones de parte de su superior inmediato. • Trabajo a presión: Para realizar actividades en horarios establecidos. • Manejo de Relaciones Humanas: Para relacionarse con el personal del área en diferentes situaciones. 					
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES					
Nº	DETALLE	DIA	SEMANAL	QUINCENAL	MENSURIOAL
1	Verificación y registro de cada una de los artículos utilizados en un evento para su posterior inspección.				
2	Reconocer artículos prohibidos y mercancías desconocidas.				
3	Realizar la inspección de lo que ingresa a la bodega.				
4	Tomar las medidas necesarias de seguridad antes de contratar un espacio.				
5	Coordinar actividades con los supervisores y coordinadores.				
6	Actuar con respuesta inmediata a incidentes.				
7	Atender al público y brindar la información necesaria.				
8	Realizar proformas y presupuestos				
9	Atender llamadas y agendar las citas para los clientes.				
10	Receptar Facturas.				
11	Respetar y cumplir los procedimientos de control y procesos establecidos, para el cumplimiento de cada actividad.				

Elaborado por: Autora

Conclusiones

- La empresa al no tener formada su misión, visión y filosofía empresarial, no conoce con claridad hacia dónde quiere llegar. Toda empresa debe tener formada misión, visión ya que son puntos fundamentales para que los clientes internos se sientan comprometidos con la misma.
- “4M Banquetes y Eventos” no cuenta con una página web pero se va a implementar, para que el cliente pueda observar los servicios que la empresa presta además de otras herramientas electrónicas que son muy efectivas y gratuitas como las redes sociales: Facebook, Instagram, Twitter, etc.
- “4M Banquetes y Eventos” no cuenta con un plan de marketing debido a que no tenía conocimiento sobre el tema y lo consideraba algo sin importancia, por esta razón la empresa presenta fallas internas y externas.
- En el Ecuador el servicio de catering ha tenido un crecimiento constante debido al aumento de los requerimientos del consumidor al solicitar un servicio de buffet, donde la empresa “4M Banquetes y Eventos” brinda la facilidad de realizar un evento familiar o empresarial y adquirir un producto gastronómico.
- El sector empresarial del norte de Guayaquil es el que tendrá más acogida por el número de empresas y empleados que hay, y dónde nos enfocaremos para dar a conocer a la empresa.
- “4M Banquetes y Eventos” es una empresa que tiene 8 años en el mercado guayaquileño, pero a pesar de eso no es muy reconocida debido a su baja participación en el mercado, ya que por falta de gestión de marketing ha llevado que el mercado desconozca de la empresa.

Recomendaciones

- “4M Banquetes y Eventos” debe tener en cuenta que la economía de hoy en día no está en la mejor situación, por lo que debería implementar algo atractivo para los clientes y posibles clientes, precios que estén al alcance de la economía de los individuos y no les complique tanto al hacer un evento.
- Es importante que la misión, visión y filosofía de la empresa sean claras para los clientes internos ya que constituyen una guía a seguir y permiten que el personal se sienta identificado con la empresa y mejore la calidad de servicio de la empresa. Para que esto se haga posible, se recomienda colocar tableros o placas que contengan la misión, visión y valores en las paredes dentro del local de “4M Banquetes y Eventos”.
- Se debe dar más importancia al marketing ya que éste presenta una variedad de herramientas que sirven para aumentar la participación de mercado, se debe tener en cuenta que los clientes deben estar informados de los servicios que brinda la empresa. Para ello se recomienda aplicar estrategias de promoción que se estableció en el plan.
- “4M Banquetes y Eventos” al ser una empresa pequeña legalmente constituida en el Ecuador, se puede beneficiar con las oportunidades que el gobierno ofrece a los pequeños empresarios, como las facilidades para que puedan hacer préstamos. Una de las instituciones que las realiza es el Banco Nacional del Fomento.
- Se recomienda a la empresa aplicar el plan de marketing ya que será de gran aporte para un mejor desarrollo de “4M Banquetes y Eventos” en el área interna y externa de la misma.

Bibliografía

- Carrasco, J. L. (2010). *SERVICIO DE CATERING*. España : Publicaciones Vertice S.L.
- Cristopher Lovelock, J. W. (2009). *MARKETING DE SERVICIOS PERSONAL, TECNOLOGIA Y ESTRATEGIA*. Pearson Educacion.
- DANIEL MARTÍNEZ PEDRÓS, A. M. (2005). *La Elaboracion del Plan Estrategico y su Implantacion a Traves del Mando Integral* . Madrid: Ediciones Diaz de Santos, S.A.
- Escudero, J. L. (2006). *Estrategias de Marketing De la teoría a la práctica*. Madrid : Esic Editorial.
- Ferrer, J. (2010). Obtenido de www.google.com:
<http://metodologia02.blogspot.com/p/metodos-de-la-investigacion.html>
- Gutierrez, D. M. (2012). *Analisis del Entorno*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Levy, D. L. (2005). *Planeacion Financiera en la Empresa Moderna*. Mexico: Ediciones Fiscales.
- MAPCAL, S. (2005). *Plan de Negocios*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos S.A.
- Roberto Hernández, C. F. (2007). *Fundamentos de metodología de la investigación*. Madrid: Mc Graw Hill.
- S.L, P. V. (2008). *Analisis de Mercado*. Malaga: Editorial Vertice.
- S.L., P. V. (2008). *La Calidad en el Servicio al Cliente* . España: Editorial Vértice.
- S.L., P. V. (2009). *Servicio Basico de Alimentos y Bebidas y Tareas de Postservicio en el Restaurante*. Malaga : Publicaciones Vértice S.L.
- S.L., P. V. (2009). *Servicio Basico de Alimentos y Bebidas y Tareas de Postservicios en el Restaurante*. España: Editorial Vertice.
- VALERIE A. ZEITHAML, M. J. (2002). *Marketing de Servicios Un enfoque de Integracion del Cliente a la Empresa*. Mexico: McGraw-Hill Companies.
- William A. Cohen . (2008). *El plan de marketing*. España: Deusto .
- Wirtz, C. L. (2009). *MARKETING DE SERVICIOS PERSONAL, TECNOLOGIA Y ESTRATEGIA*. S. C.: Pearson Educacion.

Net grafía

Servicio de Rentas Internas. (2014). Recuperado el 2015, de Servicio de Rentas Internas:
<http://www.sri.gob.ec/web/guest/home>

Superintendencias de Compañías, Valores y Seguros. (2014). Recuperado el Enero de 2015, de Superintendencias de Compañías, Valores y Seguros: www.supercias.gob.ec/

Registro Mercantil de Guayaquil. (s.f.). Obtenido de Registro Mercantil de Guayaquil:
<http://registromercantil.gob.ec/guayaquil.html>

Liderazo y empresa . (s.f.). www.google.com. Obtenido de
<http://www.liderazgoyempresa.com/termino/ciclo-de-vida-del-producto-servicio>

Google. (s.f.). *Reglamento interno de seguridad y salud ocupacional.* Obtenido de
<http://www.higieneindustrialyambiente.com/reglamentos-seguridad-salud-planes-de-emergencia-quito-guayaquil-cuenca-ecuador.php?tablajb=reglamentos&p=13&t=Reglamento-Interno-de-Seguridad-y-Salud-Ocupacional&>

Higiene industrial ambiente. (s.f.). *Reglamento interno de seguridad y salud ocupacional.*
 Obtenido de <http://www.higieneindustrialyambiente.com/reglamentos-seguridad-salud-planes-de-emergencia-quito-guayaquil-cuenca-ecuador.php?tablajb=reglamentos&p=13&t=Reglamento-Interno-de-Seguridad-y-Salud-Ocupacional&>

M. I. Municipalidad de Guayaquil. (s.f.). Recuperado el 2015, de M. I. Municipalidad de Guayaquil: <http://www.guayaquil.gob.ec/?q=content/tr%C3%A1mites-en-urbanismo-aval%C3%BAos-y-registro>

Ministerio de Salud Pública del Ecuador. (s.f.). Obtenido de Ministerio de Salud Pública del Ecuador: <http://www.salud.gob.ec/>

PESANED. (15 de Abril de 2011). *Mejormarketing.com.* Obtenido de [Mejormarketing.com](http://mejormarketing.com):
<http://mejormarketing.blogspot.com/2011/04/las-8-ps-del-marketing-de-servicios.html>

Artículos de Revista

tarde, D. I. (s.f.). Obtenido de Diario la tarde: <http://www.latarde.com.ec/2014/03/12/costo-de-canasta-basica-ha-incrementado/1-1-copia-37/>

Anónimo. (12 de Marzo de 2014). La Tarde. *Costo de canasta básica ha incrementado.*

ANEXOS

Anexo 1: Encuesta dirigida a personal

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA



Tema:	Desarrollo de un Plan de Marketing Estratégico Para Incrementar la participación de mercado de la Empresa “4M Banquetes y Eventos” en el sector empresarial del Norte en la ciudad de Guayaquil.
Objetivo:	Conocer las necesidades de los empleados en cuanto al servicio de catering empresarial con el que actualmente cuenta la empresa.
Autoras:	<ul style="list-style-type: none">• Karen Andrea Escalante Medina.• Mayra Alejandra Márquez Arias.
Tutora:	Ing. Mariela Cabrera.

Género: M____ F____

Edad: 18-20 21-25 25 en adelante

Ocupación: _____.

ENCUESTA DE SERVICIOS CATERING EMPRESARIAL

(PARA PERSONAL)

1.- ¿Le gustaría tener un servicio de catering empresarial?

Sí_____

No_____

2.- ¿Conoce usted empresas que brindan servicios de catering dirigido a su sector?

Sí_____

No_____

3.- Ha solicitado alguna vez servicio de catering para un evento social de:

Babyshower	
Bautizo	
Primera comunión	
Cumpleaños	
Matrimonio	
Graduación	
Otros	

4.- Ha solicitado servicio de buffet a domicilio según el acontecimiento.

Babyshower	
Bautizo	
Primera comunión	
Cumpleaños	

Matrimonio	
Graduación	
Otros	

5.- ¿Cuenta su empresa con servicios de catering?

Sí_____

No_____

6.- ¿Qué tipos de menú le gustaría consumir?

Criolla	
Gourmet	
Vegetariana	
Comida rápida	
Otros	

7.- ¿Cómo calificaría el servicio que tiene actualmente la empresa para la que trabaja?

Excelente___ Bueno___ Regular___ Malo___

8.- ¿Cómo calificaría la calidad de la comida que brinda los servicios de catering en su empresa?

Excelente___ Bueno___ Regular___ Malo___

**9.- ¿Cómo calificaría usted en orden de importancia un servicio de catering?
Siendo 1 mayor importancia y 5 menor importancia.**

Calidad	
Buena atención	
Mayor variedad en los menús	
Facilidad de pago	
Buen sabor	
Otros	

10.- ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por un servicio de catering?

Bautizo	Primera comuni3n	_____
4-8\$		

Cumpleaños	Babyshower	_____
8-12\$		

Graduaci3n	Matrimonio	_____
12-16\$		

Anexo 2: Encuesta dirigida a empresarios

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA



Tema:	Desarrollo de un Plan de Marketing Estratégico Para Incrementar la participación de mercado de la Empresa “4M Banquetes y Eventos” en el sector empresarial del Norte en la ciudad de Guayaquil.
Objetivo:	Conocer el punto de vista que tiene el empresario para satisfacer las necesidades alimenticias de sus colaboradores en su jornada laboral.
Autoras:	<ul style="list-style-type: none">• Karen Andrea Escalante Medina.• Mayra Alejandra Márquez Arias.
Tutora:	Ing. Mariela Cabrera.

Género: M_____ F_____

Edad: 18-20 21-25 25 en adelante

Ocupación: _____.

ENCUESTA DE SERVICIOS CATERING EMPRESARIAL

(PARA EMPRESARIO)

1.- ¿Su empresa cuenta con servicios de catering para sus colaboradores?

Sí_____

No_____

2.- ¿Cuántos empleados cuentan en las nóminas de su empresa?

10-20_____

20-50_____

50-100_____

100 en adelante_____

3.- ¿Tiene servicio de comida para el personal?

Sí_____

No_____

4.- ¿Por qué cree que es necesario que su personal tenga el servicio de comida en la empresa?

Aumenta la producción	
Facilidad de pago	
Control del tiempo	
Comida sana	

5.- ¿Realizan eventos dentro de su empresa?

Sí_____

No_____

6.- ¿Ha contratado empresas de catering para un evento de la empresa?

Sí_____

No_____ (Pase a la pregunta 5)

7.- ¿Cada qué tiempo contrata los servicios de catering?

Siempre_____

Eventual_____

Nunca_____

8.- ¿Le gustaría tener una empresa de catering segura y confiable que le brinde los servicios de comida y realización de eventos?

Sí_____

No_____

9.- ¿Qué le gustaría que le brinde la empresa de servicios de catering que va a contratar? Marque 3 opciones en orden de importancia: 1 mayor importancia, 2 menor importancia, 3 poco

Calidad	
Buena atención	
Mayor variedad en los menús	
Facilidad de pago	
Buen sabor	
Otros	

10.- ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por un servicio de catering?

Bautizo	Primera comuni3n
4-8\$	

	Matrimonio
12-16\$	

Cumplea3os	Babyshower
8-12\$	

Anexo 3: Validación de encuestas dirigidas a empresarios por profesores de investigación de mercado

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
CARRERA ADMINISTRACION DE EMPRESAS



Tema de Tesis: Desarrollo de un plan de marketing estratégico para incrementar la participación de mercado de la empresa "4M Banquetes y eventos" en el sector empresarial del norte de la ciudad de Guayaquil.

Autor: Karen Andrea Escalante Medina; Mayra Alejandra Márquez Arias.
Tutor: Ing. Mariela Cabrera.

Nombre del Instrumento de recolección de datos: Encuestas dirigidas a dueños de empresas del norte de la ciudad de Guayaquil.

Objetivo general: Conocer el punto de vista que tiene el empresario para satisfacer las necesidades alimenticias de sus colaboradores en su jornada laboral.

ITEM / preguntas (Cantidad en función de cuántas preguntas tenga el instrumento)	A) Correspondencia de las preguntas con los objetivos de la investigación/instrumento o P= Pertinente NP = No pertinente		B) Calidad técnica y representativa O= Óptima B= Buena R= Regular D= Deficiente				C) Lenguaje A= Adecuado I = Inadecuado		OBSERVACIONES
	P	NP	O	B	R	D	A	I	
1	/		/				/		
2	/		/				/		
3	/		/				/		
4	/		/				/		
5	/		/				/		
6	/		/				/		
7	/		/				/		
8	/		/				/		
9	/		/				/		
10	/		/				/		

DATOS DEL EVALUADOR	Nombres:	Francisco Azevedo	Firma:
	Profesión:	Ingeniero Comercial	
	Cargo:	Docente	
	Fecha:	22/Enero/2015	
			C.I. 0913523023

Observaciones Generales _____

Documento a ser mencionado en la tesis y colocado en Anexos

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
CARRERA ADMINISTRACION DE EMPRESAS



Tema de Tesis: Desarrollo de un plan de marketing estratégico para incrementar la participación de mercado de la empresa "4M Banquetes y eventos" en el sector empresarial del norte de la ciudad de Guayaquil.

Autor: Karen Andrea Escalante Medina; Mayra Alejandra Márquez Arias.

Tutor: Ing. Mariela Cabrera.

Nombre del Instrumento de recolección de datos: Encuestas dirigidas a dueños de empresas del norte de la ciudad de Guayaquil.

Objetivo general: Conocer el punto de vista que tiene el empresario para satisfacer las necesidades alimenticias de sus colaboradores en su jornada laboral.

ITEM / preguntas (Cantidad en función de cuántas preguntas tenga el instrumento)	A) Correspondencia de las preguntas con los objetivos de la investigación/instrumento o P= Pertinente NP = No pertinente		B) Calidad técnica y representativa O= Óptima B= Buena R= Regular D= Deficiente				C) Lenguaje A= Adecuado I = Inadecuado		OBSERVACIONES
	P	NP	O	B	R	D	A	I	
1	/		/				/		
2	/		/				/		
3	/		/				/		
4	/		/				/		
5	/		/				/		
6	/		/				/		
7	/		/				/		
8	/		/				/		
9	/		/				/		
10	/		/				/		
DATOS DEL EVALUADOR	Nombres: <i>Juan Pablo Moreno</i> Profesión: <i>DOCENTE - ING.COM.</i> Cargo: <i>DOCENTE</i> Fecha: <i>22/01/2015</i>						Firma: <i>Juan Pablo Moreno</i> C.I. <i>0909237091</i>		

Observaciones
Generales _____

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
CARRERA ADMINISTRACION DE EMPRESAS



Tema de Tesis: Desarrollo de un plan de marketing estratégico para incrementar la participación de mercado de la empresa "4M Banquetes y eventos" en el sector empresarial del norte de la ciudad de Guayaquil.

Autor: Karen Andrea Escalante Medina; Mayra Alejandra Márquez Arias.

Tutor: Ing. Mariela Cabrera.

Nombre del Instrumento de recolección de datos: Encuestas dirigidas a dueños de empresas del norte de la ciudad de Guayaquil.

Objetivo general: Conocer el punto de vista que tiene el empresario para satisfacer las necesidades alimenticias de sus colaboradores en su jornada laboral.

ITEM / preguntas (Cantidad en función de cuántas preguntas tengo el instrumento)	A) Correspondencia de las preguntas con los objetivos de la investigación/instrumento o P= Pertinente NP = No pertinente		B) Calidad técnica y representativa O= Óptima B= Buena R= Regular D= Deficiente				C) Lenguaje A= Adecuado I = Inadecuado		OBSERVACIONES
	P	NP	O	B	R	D	A	I	
1	✓		✓				✓		
2	✓		✓				✓		
3	✓		✓				✓		
4	✓		✓				✓		
5	✓		✓				✓		
6	✓		✓				✓		
7	✓		✓				✓		
8	✓		✓				✓		
9	✓		✓				✓		
10	✓		✓				✓		
DATOS DEL EVALUADOR	Nombres: Frida Bohórquez Suárez Profesión: Lic. Mktg - MBA Cargo: Docente Fecha: Enero 22 / 2015						Firma: <i>[Firma]</i> C.I. 0912971397		

Observaciones
Generales _____

Documento a ser mencionado en la tesis y colocado en Anexos

Anexo 4. Validación de encuestas dirigidas a empleados por profesores de investigación de mercado

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
CARRERA ADMINISTRACION DE EMPRESAS



Tema de Tesis: Desarrollo de un plan de marketing estratégico para incrementar la participación de mercado de la empresa "4M Banquetes y eventos" en el sector empresarial del norte de la ciudad de Guayaquil.

Autor: Karen Andrea Escalante Medina; Mayra Alejandra Márquez Arias.

Tutor: Ing. Mariela Cabrera.

Nombre del Instrumento de recolección de datos: Encuestas dirigidas a colaboradores de empresas del norte de la ciudad de Guayaquil.

Objetivo general: Conocer las necesidades de los empleados en cuanto al servicio de catering empresarial con el que actualmente cuenta la empresa.

ITEM / preguntas (Cantidad en función de cuantas preguntas tenga el instrumental)	A) Correspondencia de las preguntas con los objetivos de la investigación/instrument		B) Calidad técnica y representativa				C) Lenguaje		OBSERVACIONES
	P	NP	O	B	R	D	A	I	
1	/		/				/		
2	/		/				/		
3	/		/				/		
4	/		/				/		
5	/		/				/		
6	/		/				/		
7	/		/				/		
8	/		/				/		
9	/		/				/		
10	/		/				/		

DATOS DEL EVALUADOR	Nombres: <i>Francisco Heredia</i> Profesión: <i>Ingeniero Comercial</i> Cargo: <i>Docente</i> Fecha: <i>22/Enero/2015</i>	Firma: <i>[Firma]</i> C.I.: <i>0915523023</i>
----------------------------	--	--

Observaciones Generales _____

Documento a ser mencionado en la tesis y colocado en Anexos



Tema de Tesis: Desarrollo de un plan de marketing estratégico para incrementar la participación de mercado de la empresa "4M Banquetes y eventos" en el sector empresarial del norte de la ciudad de Guayaquil.

Autor: Karen Andrea Escalante Medina; Mayra Alejandra Márquez Arias.

Tutor: Ing. Mariela Cabrera.

Nombre del Instrumento de recolección de datos: Encuestas dirigidas a colaboradores de empresas del norte de la ciudad de Guayaquil.

Objetivo general: Conocer las necesidades de los empleados en cuanto al servicio de catering empresarial con el que actualmente cuenta la empresa.

ITEM / preguntas (Cantidad en función de cuántas preguntas tenga el instrumento)	A) Correspondencia de las preguntas con los objetivos de la investigación/instrument		B) Calidad técnica y representativa				C) Lenguaje		OBSERVACIONES
	P	NP	O	B	R	D	A	I	
1	/		/				/		
2	/		/				/		
3	/		/				/		
4	/		/				/		
5	/		/				/		
6	/		/				/		
7	/		/				/		
8	/		/				/		
9	/		/				/		
10	/		/				/		
DATOS DEL EVALUADOR	Nombres: <i>Juan Pablo Moreno</i> Profesión: <i>ING. Comercial.</i> Cargo: <i>DOCENTE</i> Fecha: <i>22/01/2015</i>						Firma: <i>Juan Pablo Moreno</i> C.I. <i>0909237091</i>		

Observaciones
Generales _____

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
CARRERA ADMINISTRACION DE EMPRESAS



Tema de Tesis: Desarrollo de un plan de marketing estratégico para incrementar la participación de mercado de la empresa "4M Banquetes y eventos" en el sector empresarial del norte de la ciudad de Guayaquil.

Autor: Karen Andrea Escalante Medina; Mayra Alejandra Márquez Arias.

Tutor: Ing. Mariela Cabrera.

Nombre del Instrumento de recolección de datos: Encuestas dirigidas a colaboradores de empresas del norte de la ciudad de Guayaquil.

Objetivo general: Conocer las necesidades de los empleados en cuanto al servicio de catering empresarial con el que actualmente cuenta la empresa.

ITEM / preguntas (Cantidad en función de cuántas preguntas tenga el instrumento)	A) Correspondencia de las preguntas con los objetivos de la investigación/instrument o P= Pertinente NP = No pertinente		B) Calidad técnica y representativa O= Óptima B= Buena R= Regular D= Deficiente				C) Lenguaje A= Adecuado I = Inadecuado		OBSERVACIONES
	P	NP	O	B	R	D	A	I	
1	✓		✓				✓		
2	✓		✓				✓		
3	✓		✓				✓		
4	✓		✓				✓		
5	✓		✓				✓		
6	✓		✓				✓		
7	✓		✓				✓		
8	✓		✓				✓		
9	✓		✓				✓		
10	✓		✓				✓		
DATOS DEL EVALUADOR	Nombres: <i>Trida Bohórquez S.</i> Profesión: <i>Lic. Mkt. - MBA</i> Cargo: <i>Docente</i> Fecha: <i>Enero 22/2015</i>						Firma: <i>f-pas</i> C.I. <i>0912971397</i>		

Observaciones
Generales _____

Documento a ser mencionado en la tesis y colocado en Anexos

Anexo 5 Cotización de competidor sustituto



Alipeña S.A.
La cocina de los que salen
 Cda Alamos Uno, Mz. F15 Solar 1
 Telefax: 2-286307 * Guayaquil - Ecuador
 R.U.C. 0992574739001

FACTURA
 S-001-001-00 **0022598**
 AUT. S.R.I. 1115128029

CONTRIBUYENTE ESPECIAL
 No. de Resolución 10-02048 del 13/feb/2014

CLIENTE: SOLDADURA Y MONTAJE MOSCOSO S.A. FECHA DE EMISIÓN: 06 Noviembre 2014
 DIRECCIÓN: 37 ENTRE PORTETE Y VENEZUELA VENDEDOR: ROBERTO PEÑA
 R.U.C./C.I: 0992308567001 TELÉFONO: 6016782

DESCRIPCION	Cantidad	V. Unitario	Valor Total
COMIDAS	1,208	2.50	3,020.00
RESERVACIONES SOLDADURA Y MONTAJE MOSCOSO. PERIODO DEL 1 AL 31 DE OCTUBRE/2014			SUBTOTAL 3,020.00
SON: TRES MIL TRESCIENTOS OCHENTA Y DOS CON 40/100 DOLARES			IVA 0 %
			IVA 12 % 362.40
			TOTAL 3,382.40
Elaborado por MARCIA		Revisado por	Aprobado por
			RECIBI CONFORME

Anexo 6 Cotización de empresas competidoras



**GRUPO
BARLOVENTO**
EL ARTE DE HACER EVENTOS

Cotización

ASESORIA PERMANENTE Y GRATUITA DE EVENT PLANNER

FECHA: 22 SEPTIEMBRE 2014
CLIENTE: MAYRA MARQUEZ
EMPRESA: UPS-GYE
DIRECCIÓN: PUERTO AZUL
TELÉFONO:
E-MAIL: mayrita_0401@hotmail.com

EVENTO: BUFFET
FECHA EVENTO: NOVIEMBRE 2014
ASISTENTES: 200
HORA: 13 H00
LUGAR EVENTO: PUERTO AZUL
MOTIVO: 1ERA COMUNION

Estimada Mayra:

Adjunto encontrará lo solicitado, cualquier inquietud que tenga al respecto no dude en consultarme.

Oficina: 2200946 - 2201146 - 2200746

Usted solo disfrute...nosotros nos encargamos del resto

EL PRECIO FINAL DE NUESTRA PROPUESTA INCLUYE

ASESORIA PERMANENTE DE EVENT PLANNER

DESCORCHE

DECORACION DE MESA DE DULCES BLANCOS CON SU MANTELERIA Y MENAJE

DECORACION DE LAS MESAS DEL BUFFET

DEGUSTACION DEL MENU ELEGIDO (para eventos a partir 200 invitados)

BEBIDAS SOFT ILIMITADAS por 5 horas

Incluye: Gaseosa, Hielo, Agua Natural, Agua Mineral, Cristalería y el Menaje Necesario.

MENAJE

MESEROS

Contamos con los siguientes salones de alquiler en los que puede realizar su evento:

Yacht Club Guayaquil, Salones Mall del Sol, Centro de Convenciones, Parque Histórico, Palacio de Cristal, Plaza Rodolfo Baquerizo, Club Diana Quintana, Cuerpo Consular, Plaza Navona, Cámara Oficial Española de Comercio, Club Batipalia, Casa las Valentinas en Playas,

Alternativas de Menú con Servicio de Buffet

2 bocaditos charoleados de cortesía para brindar antes de la comida:

Trufa de Camarón en Costra de Chifle

Rollito Roast Beef en Salsa de Mostaza y Miel

Alternativa no. 1

Medallón de Lomo al Romero

Medallón de Pollo en Salsa Pasión

Canelón de Jamón y Ricotta Gratinado en Salsa de Nuez

Budín de Espinaca

Ensalada de Vainitas, Choclo, Brócoli y Tomate Fiesta en Salsa de Yogurt y Especias

Arroz Cremoso a las Finas Hierbas

Milhojas Caramelizada con Relleno de Pastelera y Manjar

Precio por persona: \$ 26,00 + 21%

Alternativa no. 2

Medallón de Pollo a las Finas Hierbas

Medallón de Lomo en Salsa Oporto

Champiñones Cremosos a los 4 Quesos

Croquetas a la Parmesana

Ensalada de Tomate, Albahaca, Queso Mozzarella y Aceitunas Negras en Vinagreta de Orégano

Arroz Cremoso con Pimiento Morrón

Parfait de Vainilla con Pralines de Nueces

Precio por persona: \$ 26,00 + 21%

Alternativa no. 3

Medallón de Lomo en Salsa de Champiñones

Medallón de Pavo en Salsa de Mostaza y Estragón

Pastel de Acelga en Salsa 3 Quesos

Ensalada de Lechuga Seda, Choclo Dulce, Palmito y Tomate Baby en Vinagreta Cremosa de Perejil

Berenjenas a la Parmesana

Arroz Cremoso al Curry

Cheesecake de Brownie con Cigarros de Barquillo

Precio por persona: \$ 28,50 + 21%

Alternativa no. 4

Medallón de Lomo al Vino Tinto con Cebollas Caramelizadas

Medallón de Pavo Relleno de Ricotta y Pimiento Morrón en Salsa de Almendras

Paquetitos de Camarones a la Termidor

Creme Brulee de Choclo

Arroz Cremoso con Jamón Serrano

Ensalada de Brócoli, con Praliné de Almendras y Tocino en Vinagreta de Yogurt

Cheesecake de Maracuyá con Canasta de Caramelo Rellena de Frutas al Sabayón

Precio por persona: \$ 32,50 + 21%

SERVICIO DE MESEROS por 5 horas (contadas a partir de que lleguen los invitados) siempre y cuando el número de menús contratados sea el cotizado, caso contrario se hará una revisión en el precio de acuerdo a los menús requeridos.

MENAJE que incluye: Mesa, Silla, Mantelería, Cristalería, Vajilla, Cubertería y todo lo necesario para la realización del evento cotizado.

Bebidas Soft Ilimitadas por 6 horas

Incluye: Gaseosa, Hielo, Agua Natural, Agua Mineral, Cristalería y el Menaje Necesario.

Las cortesías en caso de no tomarlas no se podrán utilizar como descuentos adicionales.

El 21% corresponde al 9% de logística más el 12% del IVA

Valor Estimado:

ITEM	CANTIDAD	VALO U.	TOTAL
MENU ALTERNATIVA I	200	26,00	5200,00
INCLUYE			0,00
BOCADITOS MESEROS BEBIDAS Y			0,00
MENAJE COMPLETO			0,00
		SUMA	5200,00
		LOGISTICA 9%	468,00
		SUB TOTAL	5668,00
		12% IVA	680,16
		TOTAL 1	6348,16
Ítem	Cantidad	Valor U.	Total
TRASLADO			90,00
		VALOR TOTAL SIN IMPUESTOS	90,00
		12% IVA	10,80
		SUBTOTAL	100,80
		TOTAL FINAL	6448,96

Nota: El valor de logística y fee a domicilio no corresponde al 10% de Impuesto al servicio según Art 145 de la Ley del Ministerio de Turismo y ni es costo de transporte exclusivamente.

Montaje del evento se realiza el día del evento, en caso de que el cliente lo solicite para día anterior tendrá un costo.

Adicionales

Hora extra por mesero	\$ 5.50
Carpa invitados y logística	Por confirmar
Transporte	Por confirmar

NOTA.-

Los precios indicados aplican para el día y el número de asistentes cotizados, en caso de cambio se hará una revisión de los mismos.

Los precios indicados se aplican para el año en curso pudiendo cambiar sin previo aviso.

Roturas y pérdidas posteriores al evento.

Se deberá dejar voucher en garantía el mismo que será devuelto después de realizado el evento.

Estos precios son válidos para pagos en efectivo y tienen una validez de 15 días, si desea mantenerlos es indispensable cancelar el 80% de anticipo.

Importante:

Eventos confirmados con menos de 48 horas deberán optar por menús preestablecidos y están sujetos a menaje disponible.

El cliente debe realizar un abono para bloquear la fecha y haber cancelado la totalidad 1 semana antes del evento.

Si el evento se realiza en salón alquilado el costo del mismo corre por cuenta del cliente y los valores por menú varían.

En caso de no contar con espacio adecuado en el lugar del evento para armar nuestra logística el cliente deberá asumir el valor de la carpa que se cotiza una vez se haga la inspección al lugar del evento.

Eventos en Parque Histórico.- El cliente debe cancelar al Parque Histórico el valor que este cobra por uso de cocina.

Le ofrecemos adicional a los servicios arriba indicados: decoración de mesa de dulces, arreglos florales, decoración de locales, servicio de música, amplificación, disco móvil, orquesta, grupos musicales, luces y fotógrafo.

Para tener un presupuesto de estos servicios es indispensable una reunión para conocer sus preferencias y poder preparar una cotización que se ajuste a sus requerimientos.

Forma de pago

La forma de pago está pactada en efectivo o cheque ya que los precios están calculados según esa modalidad y deberán pagarse en dólares americanos.

80% a la firma del contrato y el 20% 8 días antes del evento.

Cotización de empresa Romance

Promoción valida x 15 días a partir: Guayaquil, 16 septiembre 2014

CLIENTE :	Mayra Márquez	TIPO DE EVENTO :	Boda 100 PERSONAS
CONTACTO :	6026624	FECHA DEL EVENTO :	
TELÉFONO :	0995382207	INVITADOS :	
E-MAIL :	Mayrita_0401@hotmail.es	LUGAR DEL EVENTO :	
OBSERVACION:		HORA :	

Sugerencias de banquetes

<p>CENA SERVIDA # 1 \$28,00</p> <p><u>1 ENTRADA</u></p> <p>Crepes rellenas de camarón</p> <p><u>1 FUERTE A ELECCION:</u></p> <p>Lomo de cerdo con duxelas de champiñones</p> <p>en salsa de whisky.</p> <p>ó</p> <p>Cerdo en salsa de tamarindo.</p> <p>ó</p> <p>Medallón de pavo en salsa de coñac con</p>	<p>CENA SERVIDA B#2\$30,00</p> <p><u>1 ENTRADA</u></p> <p>Portovello relleno (cangrejo, camarón ó legumbres). Ó Coctel de camarón</p> <p><u>1 FUERTE:</u></p> <p>Medallón de pavo en salsa de en salsa de gorgonzola (2porciones)</p> <p><u>1 ENSALADA FRÍA:</u></p>	<p>CENA SERVIDA C\$32,00</p> <p><u>1 ENTRADA</u></p> <p>Mariposas de langostinos rellenos con queso crema de pistachos.</p> <p><u>2 FUERTES:</u></p> <p>Lomo fino stragonof (2porciones)</p> <p><u>1 GUARNICION:</u></p> <p>Rissotto de los 3 quesos</p>
--	--	--



Eventos Sociales - Eventos Corporativos - Decoraciones - Catering

www.eventosromance.com

Edificio Las Cámaras, Av. Fco. Orellana y Miguel H. Alvarado Isidro 11 Telfs: 0731 2 683557 - 8 / 2 684466 - 7 / 094547907 / 099259491 / 09186777
Planta Producción, Av. Fco. Orellana, Alborada 14 av. etapa. Telfs: 2 212804 / 2 219641 / 2 215345

BUFFET A opción # 1 \$27,00

2 FUERTES:

Cerdo en salsa de piña

Medallón de pavo en salsa en salsa teriyaki
ó

Medallón de lomo fino en salsa pimienta

1 PASTA A SU ELECCIÓN:

Tortellini, ravioles, canelón.

BUFFET B# 1\$29,00

3 FUERTES:

Enrollado de pavo en salsa deframbuesa.

Camarones a la Temidor.

Medallón de lomo de res en salsa de café
perfumada al whisky.

1 GUARNICION:

Arroz con almendras a la crema

1 ENSALADA FRIA:

Ensalada alemana

CENA SERVIDA C\$32,00

1 ENTRADA

Crepes de champiñones en salsa de 4
quesos

2 FUERTES:

Lomo en salsa a las 3 pimientos

1 GUARNICION:

Risotto de
champiñones Bouquet

Paquete incluye:

- Demostración de mantelería (previa cita)

Durante

- Servicio del Banquete que solicite.
- Mantelería fina moderna (Gama extensa en texturas y colores)
- Sillas Tiffany doradas, plateadas, Mesas redondas y cuadradas
- Vajilla, cristalería y cubertería.

- Organización de Protocolo

- Plato base y servilletero. (al contratar Menú servido)
- Descorche Gratis.
- Bebidas softs ilimitadas (hielo, gaseosas, agua mineral y natural.)
- Decoración de estación de buffet.



Eventos Sociales - Eventos Corporativos - Decoraciones - Catering

www.eventosromance.com

Edificio Las Cámaras, Av. Fco. Orellana y Miguel H. Alvarado Isidro 11. Telfs: 0711 2 683557 - 8 / 2 684466 - 7 / 094567607 / 099258491 / 09186777
Planta Producción, Av. Fco. Orellana, Alborada 14 av. etapa. Telfs: 2 212804 / 2 219641 / 2 215345

Cortesía:

- Mesa de bienvenida con cofre y porta retrato. 2 Sillas cristales para novios. Y Champanera junto a mesa de novios.
 - Pantalla y proyector

 - Decoración mesa dulce con nueva tendencias con mesas cristales. accesorios, charoles, etc. \$ 1500,00
 - Iluminación led.(6) \$ 180,00
- \$ 1680,00 + IVA.**

Desglose de su evento			
100	Paquete con Buffet A	27,00	\$2.700,00
	Disjockey y 1 microfono		\$230,00
1	torta falsa 5 pisos	250	\$250,00
100	torta natural en cajitas	2,8	\$280,00
600	bocaditos de dulce	0,4	\$240,00
6	saloneros ,capitán	40	\$240,00
	Serv. Movilizacion		\$150,00
1	Decoracion de mesa de dulce y 6 Iluminacion led	1.680,00	
SUBTOTAL			4.090,00
12%			\$490,80
TOTAL			4.580,80
	Paquete de flores (AA)		548
	Salon		0
			5.128,80

Si es cena servida: Debe adicionar 2 saloneros.

Paquete de flores:

AA incluye: Centros de mesas altos, Decoración especial de mesa de novios ó entrada. Y Decoración floral para estación de mesa dulce.



CONSULTE NUESTRA LISTA DE PIQUEOS



Felicidades, te casas!!!! Tu gran día ha llegado.

Porque tú tienes el sueño y nosotros la magia!

Porque en este día tan especial necesitas un solo proveedor que realice tus sueños y sólo en Romance lo encontrarás.



¡Sí!, acepto casarme con Romance.

Cordialmente,

Zoila Gómez

Gerente de ventas

Astrid Deidan M.

Coordinadora de eventos

Tel.2 2 683557- 8 Ext. 107 / 0993425668 0994395781 Ext.104

E-mail: ventas@eventosromance.com /

ventas3@eventosromance.com



www.facebook.com/eventosromance



[@eventosromanc](https://twitter.com/eventosromanc)