



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**CARRERA DE GASTRONOMÍA**

**TEMA:**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE  
BRINDE EL SERVICIO DE CATERING PARA LA CIUDAD DE OTAVALO**

**TESIS DE GRADO**

**PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:  
LICENCIATURA EN GASTRONOMÍA**

**AUTORA:**

**DEYSI PATRICIA MORENO SOLANO**

**IBARRA – IMBABURA – ECUADOR**

**2016**

**AUTORÍA**

Yo, DEYSI PATRICIA MORENO SOLANO, portadora de la cédula de ciudadanía N° 1004628598-8., declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE BRINDE EL SERVICIO DE CATERING PARA LA CIUDAD DE OTAVALO”.**, que no ha sido presentado para ningún grado ni calificación profesional; y se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.



.....  
DEYSI PATRICIA MORENO SOLANO

100462859-8

**CERTIFICACIÓN DEL ASESOR**

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada DEYSI PATRICIA MORENO SOLANO, con cédula de identidad Nro.100462859-8., para optar por el Título de LICENCIATURA EN GASTRONOMIA. Cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE BRINDE EL SERVICIO DE CATERING PARA LA CIUDAD DE OTAVALO”**., considero el presente trabajo reúne requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se digne.

En la ciudad de Ibarra a los tres días del mes de Agosto de 2016.



MSc. MONICA BUENAÑO

**DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a mis padres por darme la vida y la enseñanza para poder desarrollarme como persona y profesional, a mi esposo por estar a mi lado apoyándome en todo momento y culminar con este reto, por su paciencia, comprensión y cariño.

Agradezco a la UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE que por medio de sus docentes tuve la oportunidad de educarme y ser una profesional para poder desempeñar mi profesión con responsabilidad y eficiencia.

Les expreso mi gratitud a todas las personas que me ayudaron directa e indirectamente en la realización de este proyecto

**Sra. Deysi Patricia Moreno Solano**

## **DEDICATORIA**

A Dios por haberme puesto en este camino, brindarme sabiduría y fortaleza para alcanzar mis metas y objetivos.

A mis padres por ser el pilar fundamental en este camino y darme el apoyo incondicional quienes con su amor iluminaron mi vida y sembraron en ella la semilla de la fe, la constancia y el aliento para superarme.

A mi esposo por su cariño, entrega, apoyo para concluir este reto asumido y enseñarme que la voluntad y la lucha continua por defender mis ideales es recompensada.

**Sra. Deysi Patricia Moreno Solano**

## Índice de contenido

AUTORÍA.....	II
CERTIFICACIÓN DEL ASESOR.....	III
AGRADECIMIENTO .....	IVV
DEDICATORIA .....	V
Índice de contenido.....	VI
Índice de gráfico .....	XIXIV
Índice de tablas .....	XVIXVI
Índice de anexos.....	XXVIXVI
Resumen .....	XXVIIIXVII
Summary .....	XXVIII
Introducción.....	XXIXX
<b>CAPITULO I .....</b>	<b>1</b>
1. El Problema .....	1
1.1. Tema .....	1
1.2. Planteamiento del problema .....	1
1.3. Delimitación del problema.....	2
1.4.1. Objetivo General. ....	5
1.4.2. Objetivo Específico. ....	5
1.5. Hipótesis .....	5
1.6. Justificación.....	6
<b>CAPITULO II .....</b>	<b>7</b>

2. MARCO TEÓRICO.....	7
2.1. Teoría existente .....	7
2.1.1. Definición y origen del Catering.....	8
2.1.2. Clasificación de Catering.....	9
2.1.3. El catering en el Ecuador. ....	11
2.1.4. El catering en Otavalo.....	12
2.1.5. Estudio de mercado .....	13
2.1.6. Estudio de oferta – demanda. ....	14
2.1.7. Elasticidad del proyecto.....	15
2.1.8. Estudio técnico .....	16
2.1.9. Análisis FODA.....	16
2.1.10. Concepto del Organigrama estructural y funcional .....	17
2.1.11. Inversión fija y diferida. ....	17
2.2. Marco legal .....	19
2.3. Glosario de términos.....	22
CAPTULO III .....	23
3. Metodología.....	23
3.1. Descripción del proyecto.....	23
3.2. Tipo y diseño de investigación .....	24
3.2.1. Tipo de investigación .....	24
3.2.2. Naturaleza o diseño .....	24
3.2.3. Temporalidad. ....	25

3.3. Población y muestra.....	25
3.3.1. Población de estudio. ....	25
3.3.2. Cálculo de la muestra. ....	26
3.4. Métodos.....	28
3.4.1. Teóricos. ....	28
3.4.2. Prácticos. ....	28
3.4.3. Matemáticos y tecnológicos. ....	28
3.5. Matriz de variables de investigación .....	29
CAPÍTULO IV .....	35
4. Análisis de datos.....	35
4.1. Tabulación, interpretación y análisis de información.....	35
4.2. Respuesta de entrevistas .....	62
4.3. Estudio de mercado .....	64
4.3.1. Análisis demanda.....	64
4.3.2. Proyección de oferta – demanda.....	64
4.3.3. Identificación de la demanda .....	65
4.3.3.1. Demanda actual. ....	65
4.3.3.2. Demanda potencial .....	65
4.3.3.3. Proyección de la demanda .....	67
4.3.4. Análisis de oferta .....	68
4.3.4.1. Identificación de la Oferta.....	68
4.3.4.2. Comportamiento histórico de la Oferta. ....	69



4.3.4.3. Oferta Actual.....	69
4.3.4.4. Análisis de la Oferta. ....	70
4.3.4.5. Comportamiento histórico.....	70
4.3.4.6. Oferta Actual.....	70
4.3.4.7. Proyección de Oferta. ....	77
4.3.5. Análisis de Precio. ....	79
4.3.5.1. Proyección del Precio para el servicio que se oferta. ....	79
CAPITULO V .....	82
5. Estudio de factibilidad.....	82
5.1. Introducción.....	82
5.2. Estudio de factibilidad.....	82
5.3. Objetivos empresariales.....	83
5.3.1. Objetivo General. ....	83
5.3.2. Objetivos Específicos. ....	83
5.4. Tamaño del Proyecto. ....	83
5.5. Análisis FODA.....	84
5.5.1. Potenciación de Fortalezas – Oportunidades y Disminución de Amenazas – Debilidades de la empresa. ....	85
5.6. La empresa.....	86
5.6.1. Planificación estratégica.....	86
5.6.2. Público objetivo.....	87
5.6.3. Posicionamiento.....	88

5.6.3.1. Filosofía empresarial .....	88
5.6.4. Características del producto .....	89
5.6.5. Valores estratégicos de la empresa .....	89
5.6.6. Políticas de la empresa .....	90
5.6.6.1. Políticas del área de producción. ....	90
5.6.6.2. Políticas para el área de ventas.....	91
5.6.7. Comercialización.....	92
5.6.7.1. Estrategia de Publicidad del Servicio.....	92
5.6.7.2. Estrategia de Promoción.....	92
5.6.8. Localización del proyecto. ....	93
5.6.8.1. Marco localización del Proyecto. ....	93
5.6.8.2. Micro localización del Proyecto. ....	95
5.6.9. Distribución, equipamiento y diseño del Proyecto. ....	95
5.6.10. Organigrama estructural de la empresa .....	96
5.6.11. Manual de actividades, funciones y perfil del puesto de la empresa. ....	96
5.6.11.1. Funciones del Gerente Propietario (Administrador de empresas).....	97
5.6.11.2. Funciones del contador.....	106
5.6.11.3. Funciones de Organización de eventos.....	119
5.6.11.4. Funciones del Chef de Partida.....	128
5.6.11.5. Funciones del Capitán de meseros.....	135
5.6.12. Flujograma del Proceso de venta, producción y servicio de la empresa “Chedar”. ....	144
5.6.12.1. Proceso de venta, producción y servicio de la empresa “Chedar”. ....	146

5.6.12.2. Dossier .....	150
5.6.12.3. Contrato .....	154
5.6.12.4. Hoja de Brief .....	156
5.6.12.5. Hoja de pedido.....	158
5.6.13. Seguridad alimentaria.....	159
5.6.13.1. Auditoria de proveedores .....	159
5.6.13.2. Hoja de entrega de producto procesado. ....	180
5.6.14. Distribución de la Producción de la oferta gastronómica. ....	180
5.6.14.1. Distribución de la Producción y almacenamiento de la oferta gastronómica. ....	180
5.6.15. Diseño de las instalaciones de la empresa.....	181
5.7. Presupuesto de equipo .....	183
5.7.1. Activos Fijos.....	183
5.7.1.1. Propiedad Planta y Equipo .....	183
5.7.2. Activos Diferidos.....	186
5.7.3. Resumen de Activos Fijos y diferidos.....	187
5.7.4. Inversión Variables .....	188
5.7.5. Gastos Administrativos.....	189
5.7.6. Gastos de ventas .....	190
5.7.7. Capital de trabajo .....	191
5.7.8. Inversión total del proyecto.....	191
5.8. Estudio Financiero.....	192
5.8.1. Objetivo .....	192

5.8.2. Ingresos .....	192
5.8.3. Proyección de ingresos .....	192
5.8.4. Proyección de egresos .....	194
5.8.4.1. Proyección de sueldos.....	195
5.8.4.2. Gastos servicios básicos .....	199
5.8.4.3. Gastos arriendo.....	200
5.8.4.4. Gasto seguro .....	200
5.8.5. Resumen proyectado.....	201
5.8.6. Gasto depreciación .....	201
5.8.6.1. Proyección de la depreciación .....	202
5.8.7. Estado Financiero .....	203
5.8.7.1. Estado de Situación Inicial.....	203
5.8.7.2. Estado de resultados.....	204
5.8.7.3. Flujo de caja.....	206
5.8.8. Evaluación financiera.....	208
5.8.8.1. VAN .....	208
5.8.8.2. TIR .....	208
5.8.8.3. B/C .....	208
5.8.8.4. Punto de equilibrio.....	209
5.9. Conclusiones .....	210
5.10. Recomendaciones.....	211
Bibliografía .....	212

ANEXOS ..... 215

## Índice de gráfico

<i>Gráfico 1.</i> Límite cantonal y parroquial .....	2
<i>Gráfico 2.</i> División Política Administrativa.....	3
<i>Gráfico 3.</i> Actividad laboral. ....	36
<i>Gráfico 4.</i> Conocimiento del servicio de catering .....	37
<i>Gráfico 5.</i> Conocimiento de definición del servicio de Catering. ....	38
<i>Gráfico 6.</i> Conocimiento de Oferta del servicio de Catering. ....	39
<i>Gráfico 7.</i> Uso de servicios de Empresas de Catering. ....	40
<i>Gráfico 8.</i> Uso en eventos sociales. ....	41
<i>Gráfico 9.</i> Medios de comunicación. ....	43
<i>Gráfico 10.</i> Demanda.....	45
<i>Gráfico 11.</i> Precio. ....	46
<i>Gráfico 12.</i> Plaza.....	48
<i>Gráfico 13.</i> Promoción.....	49
<i>Gráfico 14.</i> Frecuencia de consumo. ....	50
<i>Gráfico 15.</i> Demanda de productos. ....	51
<i>Gráfico 16.</i> Preferencia de alimentos en los eventos. ....	53
<i>Gráfico 17.</i> Preferencia de postres. ....	54
<i>Gráfico 18.</i> Preferencia de Nacionalidad de alimentos. ....	55
<i>Gráfico 19.</i> Preferencia de pasteles.....	56
<i>Gráfico 20.</i> Preferencia en servicios de alimentación.....	57
<i>Gráfico 21.</i> Decoración de locales. ....	58

<i>Gráfico 22.</i> Decoración de locales. ....	60
<i>Gráfico 23.</i> Decoración de locales. ....	61
<i>Gráfico 24.</i> Filosofía Empresarial. ....	88
<i>Gráfico 25.</i> División Política Provincial .....	94
<i>Gráfico 26.</i> División Política Cantonal.....	94
<i>Gráfico 27.</i> Croquis de localización de la sucursal de la empresa. ....	95
<i>Gráfico 28.</i> Organigrama estructural de la empresa. ....	96
<i>Gráfico 29.</i> Flujograma del proceso de venta.....	145
<i>Gráfico 30.</i> Formato de Dossier 1.....	151
<i>Gráfico 31.</i> Formato de Dossier 2.....	152
<i>Gráfico 32.</i> Formato de Dossier 3.....	153
<i>Gráfico 33.</i> Distribución de la planta. ....	183
<i>Gráfico 34.</i> Punto de Equilibrio .....	209

## Índice de tablas

Tabla 1.....	27
Estratificación de muestra.....	27
Tabla 2.....	29
<i>Matriz de variables de investigación.</i> ....	29
Tabla 3.....	35
Actividad laboral .....	35
Tabla 4.....	37
Conocimiento del servicio de catering. ....	37
Tabla 5.....	38
Conocimiento de definición del servicio de Catering. ....	38
Tabla 6.....	39
Conocimiento de Oferta del servicio de Catering.....	39
Tabla 7.....	40
Uso de servicio de Empresas de Catering.....	40
Tabla 8.....	41
Uso en eventos sociales. ....	41
Tabla 9.....	43
Medios de comunicación. ....	43
Tabla 10.....	45
Demanda.....	45
Tabla 11.....	46



Precio.....	46
Tabla 12.....	48
Plaza.....	48
Tabla 13.....	49
Promoción.....	49
Tabla 14.....	50
Frecuencia de consumo.....	50
Tabla 15.....	51
Demanda de Productos.....	51
Tabla 16.....	53
Preferencia de alimentos en los eventos.....	53
Tabla 17.....	54
Preferencia de postres.....	54
Tabla 18.....	55
Preferencia de Nacionalidad de alimentos.....	55
Tabla 19.....	56
Preferencia de pasteles.....	56
Tabla 20.....	57
Preferencia en servicio de alimentación.....	57
Tabla 21.....	58
Decoración de locales.....	58
Tabla 22.....	60

Contratación de personal.....	60
Tabla 23.....	61
Contratación del servicio de alimentación. ....	61
Tabla 24.....	65
Contrataría servicios de Catering. ....	65
Tabla 25.....	68
Demanda Proyectada. ....	68
Tabla 26.....	69
Servicios por empresa de catering en la ciudad de Otavalo. ....	69
Tabla 27.....	71
Empresas que prestan servicios de Catering en la ciudad de Otavalo.....	71
Tabla 28.....	74
Empresas que prestan servicios de Catering en la ciudad de Otavalo.....	74
Tabla 29.....	77
Estimación de venta de la competencia. ....	77
Tabla 30.....	78
Oferta de paquete de servicio de catering por persona de la competencia.....	78
Tabla 31.....	78
Proyección de la oferta anual de la competencia.....	78
Tabla 32.....	79
Proyección de la demanda insatisfecha de clientes. ....	79
Tabla 33.....	80

Tasa de inflación de los últimos cinco años.....	80
Tabla 34.....	81
Proyección del precio. ....	81
Tabla 35.....	84
Análisis FODA. ....	84
Tabla 36.....	85
Matriz de interacción. ....	85
Tabla 37.....	87
Público Objetivo. ....	87
Tabla 38.....	97
<i>Funciones del Gerente Propietario (Administrador de empresas).</i> ....	97
Tabla 39.....	99
<i>Perfil del puesto.</i> .....	99
Tabla 40.....	100
Competencias.....	100
Tabla 41.....	101
Competencias, Plan de Capacitación y desarrollo. ....	101
Tabla 42.....	106
<i>Especificación del puesto del contador.</i> .....	106
Tabla 43.....	108
<i>Perfil del puesto.</i> .....	108
Tabla 44.....	109

<i>Competencias</i> .....	109
Tabla 45.....	110
<i>Competencias, Plan de Capacitación y desarrollo</i> .....	110
Tabla 46.....	119
<i>Funciones de Organización de eventos</i> .....	119
Tabla 47.....	121
<i>Perfil del puesto</i> .....	121
Tabla 48.....	122
<i>Plan de Capacitación y desarrollo</i> .....	122
Tabla 49.....	128
<i>Funciones del Chef de Partida</i> .....	128
Tabla 50.....	130
<i>Perfil del puesto</i> .....	130
Tabla 51.....	131
<i>Competencias</i> .....	131
Tabla 52.....	132
<i>Plan de Capacitación y desarrollo</i> .....	132
Tabla 53.....	135
<i>Funciones del Capitán de meseros y decoración</i> .....	135
Tabla 54.....	137
<i>Perfil del puesto</i> .....	137
Tabla 55.....	138

<i>Competencias</i> .....	138
Tabla 56.....	139
<i>Plan de Capacitación y desarrollo</i> .....	139
Tabla 57.....	146
<i>Proceso de venta, producción y servicio</i> .....	146
Tabla 59.....	154
<i>Contrato</i> .....	154
Tabla 60.....	156
<i>Hoja de Brief</i> .....	156
Tabla 61.....	158
<i>Hoja de pedido</i> .....	158
Tabla 62.....	159
<i>Evaluación de Proveedores</i> .....	159
Tabla 63.....	162
<i>Carnes</i> .....	162
Tabla 64.....	166
<i>Aves</i> .....	166
Tabla 65.....	168
<i>Pescados y mariscos</i> .....	168
Tabla 66.....	170
<i>Lácteos</i> .....	170
Tabla 67.....	173

<i>Huevos de gallina.</i> .....	173
Tabla 68.....	175
<i>Verduras.</i> .....	175
Tabla 69.....	177
<i>Frutas.</i> .....	177
Tabla 70.....	180
<i>Hoja de producto procesado.</i> .....	180
Tabla 71.....	181
<i>Distribución de áreas de producción.</i> .....	181
Tabla 72.....	184
<i>Muebles y enseres.</i> .....	184
Tabla 73.....	185
<i>Equipos de Cocina.</i> .....	185
Tabla 74.....	186
<i>Equipo de Computación y oficina.</i> .....	186
Tabla 75.....	186
<i>Gastos de constitución.</i> .....	186
Tabla 76.....	187
<i>Resumen de activos fijos y diferidos.</i> .....	187
Tabla 77.....	188
<i>Suministros de oficina.</i> .....	188
Tabla 78.....	189

<i>Pago anual de sueldo.</i> .....	189
Tabla 79.....	189
<i>Gastos administrativos.</i> .....	189
Total 80. ....	190
<i>Pago de sueldos anual.</i> .....	190
Total 81. ....	190
<i>Gastos de ventas.</i> .....	190
Tabla 82.....	191
<i>Capital de trabajo.</i> .....	191
Tabla 83.....	191
<i>Inversión Total</i> .....	191
Tabla 84.....	192
<i>Financiamiento.</i> .....	192
Tabla 85.....	193
<i>Ingreso anual.</i> .....	193
Tabla 86.....	193
<i>Proyección de Ingresos.</i> .....	193
Tabla 87.....	194
<i>Costo de producción de A&amp;B.</i> .....	194
Tabla 88.....	194
<i>Costo de servicio de alquiler del paquete.</i> .....	194
Tabla 89.....	195

<i>Proyección de egresos en ventas.</i> .....	195
Tabla 90.....	195
<i>Sueldos históricos.</i> .....	195
Tabla 91.....	196
<i>Proyección de sueldos y pagos de beneficios legales del Área administrativa.</i> .....	196
Tabla 92.....	198
<i>Proyección de sueldos y pagos de beneficios legales del Área operativa.</i> .....	198
Tabla 93.....	199
<i>Proyección de sueldos.</i> .....	199
Tabla 94.....	199
<i>Proyección de servicios básicos.</i> .....	199
Tabla 95.....	200
<i>Proyección de gasto arriendo.</i> .....	200
Tabla 96.....	200
<i>Proyección de gasto seguro.</i> .....	200
Tabla 97.....	201
<i>Resumen de proyecciones.</i> .....	201
Tabla 98.....	201
<i>Gasto depreciación.</i> .....	201
Tabla 99.....	202
<i>Proyección de la depreciación.</i> .....	202
Tabla 100.....	206



Análisis de inversión – utilidad neta.....	206
Tabla 101.....	209
<i>Punto de Equilibrio</i> .....	209

**Índice de anexos**

Anexos 1.....	216
Instrumentos de Investigación .....	216
Encuesta.....	216
Entrevista .....	219
Anexos 2. Fotográficos. ....	221
Anexo 3. Recetario .....	222
Menú 1.....	222
Menú 2.....	226
Anexo 3. Desglose de Precio de venta al público (P.V.P) .....	230
Anexo 4. Calendario Andino .....	231

## **Resumen**

Esta investigación se realizó en la zona urbana del cantón Otavalo comprendido entre febrero a julio del 2016, se tomó en cuenta la población urbana y las entidades privadas de catering que ofrecen este servicio dentro de la ciudad, el objetivo de la investigación consistió en la aplicación de un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicio de catering y eventos dentro de la ciudad del cantón Otavalo. Para ello fue indispensable realizar una investigación Analítica – Sintética por lo cual se llevó a cabo un estudio de mercado con encuestas y entrevistas para diagnosticar la demanda y oferta de la población, posteriormente se realizó un estudio de factibilidad de la empresa para optimizar el manejo de los recursos obtenidos de la misma y finalmente una evaluación financiera, de esta manera conocer la posibilidad de inversión. Los resultados obtenidos de la investigación de campo realizada a la población Otavaleña proporcionaron información positiva para la acogida del servicio de Catering ofertada a esta ciudad, con este diagnóstico fue posible el estudio de factibilidad en el cual se pudo generar indagación para la formación de la empresa de Catering y el estudio financiero que género resultados positivos y rentabilidad del proyecto.

## Summary

This research was conducted in the urban area of Canton Otavalo from February to July 2016 took into account the urban population and private entities catering offering this service within the city, the purpose of the research was the application a feasibility study for the creation of a service company catering and events within the city of canton Otavalo. For it was essential to does investigation Analytic - Synthetic it took place a market study with surveys and interviews to diagnose the demand and supply of the population, then a feasibility study of the company was conducted to optimize the management of resources from the company and finally a financial assessment , and thus know the feasibility of the investment. The results obtained from the done field research to Otavaleña they provided positive information for the reception of catering service offer this city, with this diagnosis was possible the feasibility study in which inquiry for the formation of the Catering Company and the financial study that gender results positive and profitability of the project.

## Introducción

La presente investigación toma como referencia a las distintas culturas que se encuentran asentadas en la ciudad de Otavalo tanto indígena, mestiza, además de la presencia de extranjeros, las costumbres y tradiciones de dichas culturas que todavía realizan rituales que representan su identidad como nativos indígenas de la zona (Conejo 2002).

Este proyecto recoge todos los datos históricos, actuales, concernientes a las costumbres y tradiciones realizadas al momento de una celebración formal o informal. Esta empresa podrá mezclar las costumbres extranjeras con tradiciones ancestrales que las personas de la ciudad, obteniendo así una renovación de tradiciones ancestrales sin perder su esencia natural (Conejo 2002).

En el primer capítulo se encuentra la raíz del problema, la ubicación del mismo, las opciones de solución y el porqué de la investigación.

En el segundo capítulo se muestra la indagación acerca del problema y la información teórica y legal necesaria para solucionarla.

En el tercer capítulo se encuentra la metodología de la investigación, es decir los métodos requeridos para realizar la investigación al igual que la creación de instrumentos de investigación.

En el cuarto capítulo rige el procesamiento de la información obtenido de los instrumentos de investigación, además del análisis de la oferta y demanda del servicio con el cual se realizó una proyección para el futuro de la empresa, la creación y manejo de los recursos de la empresa, requerimientos industriales e institucionales de la misma, identificando las amenazas y fortalezas para convertirlas en oportunidades en el mercado para un adecuado posicionamiento en el mismo, la cual conlleva a realizar el estado financiero proyectando así la inversión y capital logrando así ingresos económicos para el sustento de la empresa.

## **CAPITULO I**

### **1. El Problema**

#### **1.1. Tema**

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa que brinde el servicio de catering para la ciudad de Otavalo.

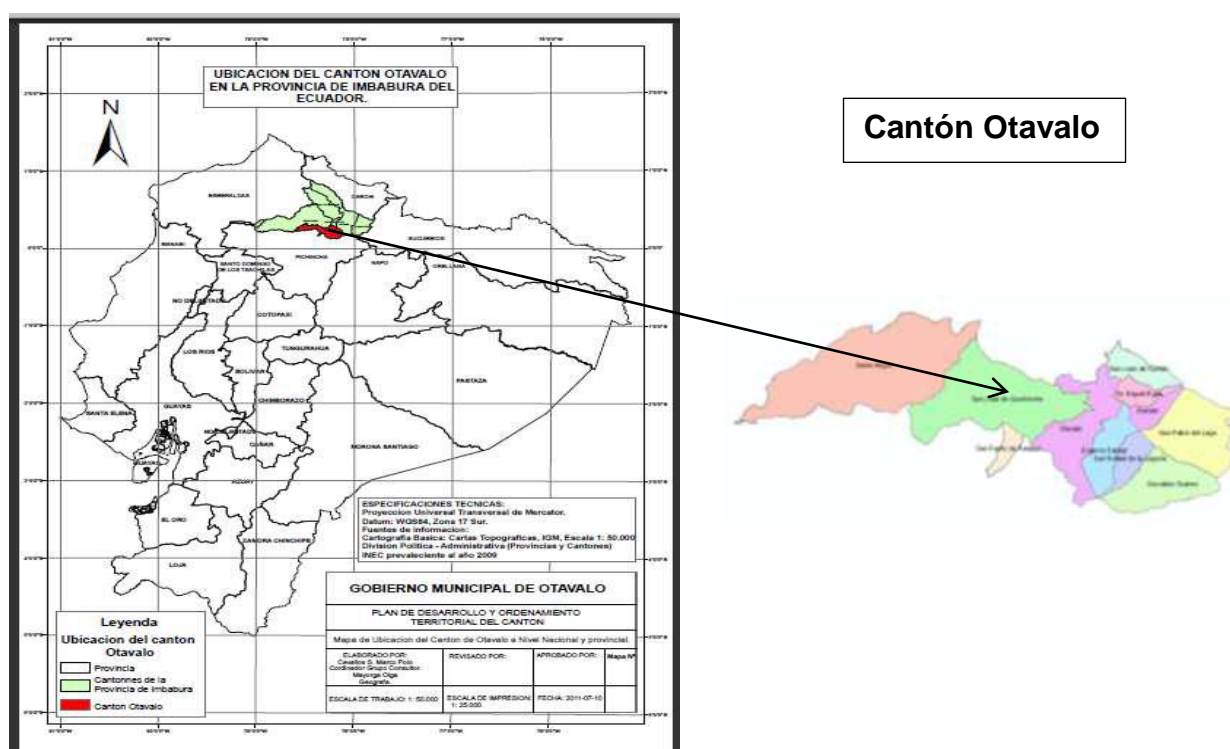
#### **1.2. Planteamiento del problema**

En la provincia de Imbabura se encuentran varias empresas que se dedican a la prestación de servicios de catering dentro de la misma, en especial en el cantón Ibarra y sus alrededores, sin duda estas mismas empresas se encargan de la mayoría de eventos sociales y empresariales fuera del cantón y se trasladan al resto de la provincia, por un costo mayor al que se cobrarían dentro de la ciudad por razones de transporte y del alquiler de locales diferentes a los que usan usualmente las empresas. Además las empresas de catering de la ciudad de Ibarra prestan servicios a un costo elevado y con poca flexibilidad intercultural.

En la ciudad de Otavalo no se encuentran suficientes empresas de catering y las que prestan sus instalaciones y servicios no se encuentran registradas en el Catastro Municipal del Cantón, a pesar de que la “Sala de Banquetes Caminos De Herradura” presta varios servicios de alimentación, hospedaje y prestación de instalaciones para seminarios (GAD Municipal del cantón Otavalo 2015). Esta empresa no es muy conocida por parte de la ciudadanía en especial en la etnia indígena de Otavalo puesto que ellos continúan con costumbres tradicionales al trasladar las fiestas a los hogares de los festejados y en gran porcentaje evitan el alquiler de locales de recepciones, pero si buscan personal o lugares que brinden servicios de alimentación en eventos (Conejo 2002).

### 1.3. Delimitación del problema

El cantón Otavalo se encuentra al sur oriente de Imbabura provincia de la zona norte del Ecuador, y tiene una superficie de 579 kilómetros cuadrados. Es un cantón cercano a la capital del país (Quito), ya que se encuentra a solo 110 kilómetros de ella y a 20 kilómetros de la ciudad de Ibarra capital provincial de Imbabura y está ubicada geográficamente en las siguientes coordenadas: 78° 15' 49" longitud oeste y 0° 13' 43" latitud norte (GAD Municipal del cantón Otavalo 2015).



#### *Grafico 1. Límite cantonal y parroquial*

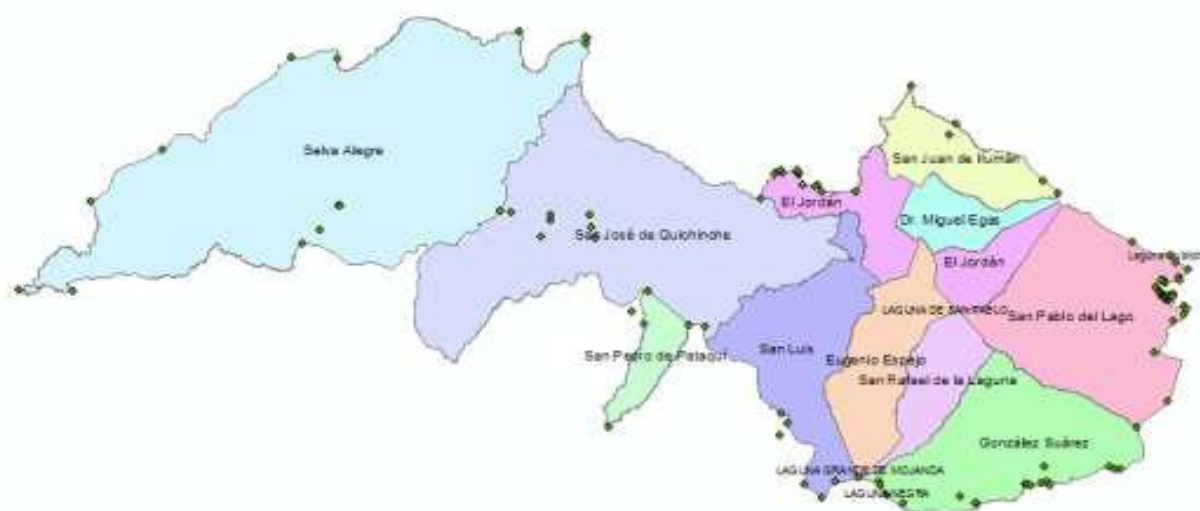
**Fuentes:** Instituto Nacional de Censos del Ecuador-INEC. División política administrativa del Ecuador, 2009. Límite cantonal y parroquial: Gobierno Municipal de Otavalo, 2011

**Elaboración:** Consultor PDOT-O, 2011.

Cantonalmente se encuentra delimitado al norte con Ibarra, Antonio Ante y Cotacachi; al sur con Quito (Pichincha); al este con parte de Ibarra y Cayambe (Pichincha) y al oeste con parte de Quito y Cotacachi (GAD Municipal del cantón Otavalo 2015).

En cuanto a la división política administrativa del Cantón según el GAD de Otavalo el cantón tiene una ciudad del mismo nombre y once parroquias de las cuales dos son urbanas y nueve rurales. Las parroquias urbanas son: El Jordán y San Luis y las rurales son: Eugenio Espejo, San Pablo del Lago, González Suárez, San Rafael, Dr. Miguel Egas Cabezas, San Juan de Ilumán, San Pedro de Pataquí, San José de Quichinche, y Selva Alegre.

### División Política Administrativa



### **Grafico 2. División Política Administrativa**

**Fuente:** División política administrativa del GMO, 2011

**Elaboración:** GMO, 2011



El proyecto se enfoca en la zona urbana del Cantón Otavalo con 39 354 habitantes encontrándose la mayor interculturalidad de todo el cantón y la mayor población económicamente activa, para el estudio se segmentó el mercado de población efectivamente demandante en el rango de 20 a 64 años de edad que son de 18 744 habitantes que se encuentran en el rango de la población Económicamente Activa.

El proceso de ejecución del estudio de mercado del servicio de catering se ejecutó en un lapso de 7 meses, de abril a octubre del 2016.

## **1.4. Objetivos**

### **1.4.1. Objetivo General.**

Aplicar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicio de catering y eventos dentro de la ciudad del cantón Otavalo, provincia de Imbabura en el año 2016.

### **1.4.2. Objetivo Específico.**

- 1.1.1.1. Realizar un estudio de mercado para conocer las preferencias de los segmentos de clientes que requieren servicios de catering en la ciudad de Otavalo.
- 1.1.1.2. Desarrollar un estudio Técnico de la empresa de Catering y eventos para dar un manejo adecuado a los recursos existentes.
- 1.1.1.3. Realizar una Evaluación Financiera de la empresa de catering y eventos para conocer su rentabilidad.

## **1.5. Hipótesis**

El estudio de factibilidad de la creación de una empresa de Catering en la ciudad de Otavalo podrá potencializar los eventos sociales en la misma.

## 1.6. Justificación

El estudio de factibilidad se ajusta a la línea de investigación de **Servicios personales: hotelería, restaurantes y turismo, con la sub línea de Gestión de servicios de A&B**. Y busca diagnosticar el nivel de aceptación de empresas que brinden servicios de alimentación para eventos, además el estudio permite determinar la ubicación, precio, promoción, demanda de los pobladores que están dispuestos a adquirir el servicio y el tipo de calidad requerida.

Este proyecto tiene como propósito ofrecer a la comunidad un servicio diferente de Catering y eventos, puesto que se ha identificado que en la población de estudio existen dos tipos de etnias, la indígena quichuas y la población mestiza que tienen costumbres diferentes, pero las dos tienen similitudes en sus celebraciones. Por lo cual es beneficiaria la presentación de la empresa como tal, siendo así una empresa que presta sus servicios de alimentación, bebidas, carpas, sillas, mesas, mantelería, cubertería en los distintos eventos necesarios para la población.

También se pretende contribuir a la economía de la población, con la creación de empresas y generar nuevas fuentes de empleos.

El propósito de este proyecto es dar seguridad a la población Otavaleña de satisfacer todas sus necesidades, gustos y exigencias en un solo lugar que se adapta a los consumidores.

## CAPITULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Teoría existente

##### **Introducción.**

Este proyecto investigativo hace referencia a las distintas culturas que se encuentran asentadas en la ciudad de Otavalo tanto indígena, mestiza, además de la presencia de extranjeros; sus costumbres y tradiciones, llegando a condicionarse a las diferentes ceremonias y rituales que representan su identidad como pueblos indígenas de la zona, a pesar de las diferentes situaciones que se han presentado en el contexto del país ha generado migración de distintas etnias en especial los indígenas quechuas otavaleños del Ecuador.

Los viajes realizados a los distintos países desarrollados hacen que estos migrantes del Ecuador adquieran costumbres extrajeras, experiencias ceremoniales a las cuales asistieron u observaron, esta situación hacen que a su retorno adapten aquellas costumbres y lo pongan en práctica en fiestas y eventos tradicionales y sociales de su entorno (Conejo 2002).

Este proyecto recoge todos los datos históricos, datos actuales, relacionados sobre las costumbres y tradiciones realizadas al momento de una celebración formal o informal.

La empresa de catering y servicio se enfoca a realizar eventos formales e informales dentro o fuera del lugar de residencia, estos eventos son de temáticas diferentes, ambiente exótico de acuerdo a la tradición o deseo del cliente.

Esta empresa podrá mezclar las costumbres extranjeras con tradiciones ancestrales de las personas de la ciudad, obteniendo así una renovación de tradiciones ancestrales sin perder su esencia natural (Conejo 2002).

### **2.1.1. Definición y origen del Catering.**

El cáterin o “catering se deriva del verbo inglés “to cater”, que significa servir, atender”, (...) (DefinicionABC 2007). Y hace referencia a la prestación profesional o semi profesional de asistencia externa de servicios de alimentos preparados mediante un contrato a clientes en circunstancias especiales, también se toma en cuenta como catering a la prestación de indumentaria para la organización de un evento o fiesta como es mantelería, sillas, mesas, menaje, cubertería, decoración, etc., (Asenjo Prado 2014). También se considera al Catering como la preparación de alimentos elaborado en grandes niveles que se traslada a otros lugares fuera de la empresa de fabricación (García Ortíz 2003).

El Cáterin o Catering en inglés se remota en China alrededor del cuarto milenio antes de Cristo el cual constaba de proveer alimentación de forma gratuita, en países como Roma inicio su uso para suministrar de alimentación a los soldados y más tarde a los viajeros en las rutas de comercio, poco después en la Edad media se ofrecía a los monjes de monasterios ofrecían en sus peregrinaciones a los cristianos alientos y servicios de catering, y todo sucedía conjuntamente con la evolución de los servicios de restaurante y hotelería (restauración) en todo el continente europeo (Flores Villacrés 2010). En Asia se presentó una serie de fenómenos similares al prestar este servicio en lo largo de la Ruta de la Seda y las Especies presentándose un servicio gratuito, sin embargo, poco tiempo después el servicio de catering se prestó con un cierto precio, pero a este se lo añadió un estilo y presentación más agradable a la vista del comensal y no solo basándose en servir alimentos. Sin embargo los griegos

fueron los fundadores de prestar servicios de hospitalidad de gran nivel como empresas de comercio (Asenjo Prado 2014).

Alrededor del siglo XV el servicio de catering se convirtió en un medio popular de alimentación en Alemania, de tal manera que ejecutaron normas para regular la calidad de los alimentos y cerveza, tanto en albergues como en posadas, pero tiempo después en el siglo XIX Alexis Soyer implementara calderas a vapor para que los alimentos se mantuvieran calientes y prestar el servicio de alimentación caliente, poco después los buques mercantiles fueron los principales fundador del catering oficial y más tarde con la creación de la aviación comercial se lo implemento y generalizo con el termino ingles Catering con el que se lo conoce a este servicio (Asenjo Prado 2014).

### **2.1.2. Clasificación de Catering.**

En el servicio de catering se pueden clasificar de la siguiente manera:

**Catering aperitivo.-** tiene duración entre 15 a 30 minutos y se lo calcula para el servicio de dos tipos de bocaditos por persona.

**Catering cocktail.-** se estima un horario de entre las 11 a 13 horas o de 19 a 21 horas según la necesidad del cliente y se calcula un promedio de veinte bocaditos por persona tomando en cuenta de una división de  $\frac{2}{3}$  en salados y  $\frac{1}{3}$  de bocaditos dulces.

**Catering recepción. -** tiene un duración aproximada de tres horas y frecuentemente se los realiza alrededor de las 20 horas y se oferta alrededor de veinte bocaditos por persona con una división de  $\frac{2}{3}$  en salados y  $\frac{1}{3}$  de bocaditos dulces.

**Catering recepción buffet.** - al igual que el Catering recepción tiene la misma duración y horario, pero con la diferencia de que se oferta variedades de platos fríos, calientes y guarniciones.

**Catering recepción, comida o banquetes.** - es un servicio de larga duración, se calcula entre seis u ocho horas según la petición del cliente se toma el horario, pero es recomendado la realización de este evento en la noche. Se estima alrededor de seis bocaditos para la recepción para continuar con la cena y sus platillos (entrada, plato principal y postre) servicio de café, brindis, la mesa dulce y el final de la fiesta.

**Catering desayuno de trabajo.** - se estima entre tres a cinco bocadillos por persona y puede elegir entre desayuno continental o americano, entre otros.

**Catering brunch.** - Este tipo de catering es una combinación del desayuno y el almuerzo, se lo sirve entre media mañana y su duración es aproximado de un hora, se sirven aperitivos ligeros y bebidas poco elaboradas.

**Catering vernissage.**- se lo realiza en exposiciones de arte o en inauguraciones de pinturas, se sirven dos bocaditos por persona, champagne y vino.

**Catering coffee break.**- se lo realiza entre media tarde o media mañana, en mayor cantidad en conferencias y simposios, se ofrece café, té, jugos y bocaditos dulces o salados, tiene una duración de 15 a 30 minutos (García Ortíz 2003).

También la clasificación del catering se lo puede realizar según el tipo de servicio en donde se ejecuta estos pueden ser:

**Servicio de Catering en medios de transporte.**- Esta encargado de preparar comida para las empresas de transporte que ofertan alimentos durante el viaje como: Aéreo, Ferrocarril y Marítimo (Vaquero González 2013).

**Servicio de Catering Industrial, Ejecutivo o Corporativo.-** es el servicio de distribución de alimentación a diversas instituciones como oficinas, industrias, escuelas, hospitales, residencias para ancianos, etc., (García Ortíz 2003). La mayoría de empresas contratan este tipo de servicio para evitar que los trabajadores tengan que salir de su lugar de trabajo para alimentarse (Vaquero González 2013).

**Servicio de Catering Social.** - también conocida como Cocinas Centrales, en este tipo de servicio se elabora el alimento para sociedades que se encuentran a las afueras del establecimiento, es decir que los alimentos se transportaran al lado de preferencia del cliente. Este tipo de evento se presta para eventos de carácter social como bautizos, matrimonios, cumpleaños, cocteles, etc. Además de que se despliega una serie de normas que permitan la correcta conservación de calidad en cuento a alimentos fríos como calientes. (Flores Villacrés 2010).

### **2.1.3. El catering en el Ecuador.**

En el Ecuador el catering se desarrolla conjuntamente con otros países tanto en Alemania como en Estados Unidos llego la novedad de prestación de alimentación en las aerolíneas existentes, sin embargo el catering en el Ecuador fue evolucionando, no únicamente como catering aéreo sino también en empresas que presentan problema con la alimentación de sus empleados, al no encontrar lugares ni empresas que brindaran un buen servicio de alimentación y que tome en cuenta la higiene, calidad y cantidad (Asenjo Prado 2014).

En la actualidad en el país se identifica que el desarrollo del catering aumento y hoy por hoy se pueden encontrar no solo empresas corporativas sino también para ocasiones extras



como son eventos sociales, familiares, de negocios, capacitaciones, simposios, etc., (Vaquero González 2013).

Entre las más importantes y destacadas empresas de catering del Ecuador se encuentra Ecuador Buffet, El Manantial Recepciones, Salor de recepciones y seminarios FICUS, Eventos & Banquetes Romance, Hotel Hilton Colon, hotel Oro Verde Guayaquil, Hotel Continental, La Excelencia Banquetes Recepciones (Asenjo Prado 2014).

Todos estos ejemplos se destacan por la prestación de servicios competentes a alimentación de calidad, factibilidad en entrega, flexibilidad de horario y costo. Sin embargo las empresas competidoras del país, que ofrecían baja calidad en la alimentación, no permanecen por mucho tiempo dentro del mercado, en especial al mencionar la fiabilidad y factibilidad de entrega, para la prestación de sus servicios y el cumplimiento de los mismos (Vaquero González 2013).

En el Ecuador se encuentran micro empresas que prestan servicios de alimentación que cuentan con un enfoque bien definido y con segmentos específicos de mercado. (Chavez Loma, Balarezo Salazar y Murillo Yoza 2010)

#### **2.1.4. El catering en Otavalo.**

Otavalo es un cantón de Imbabura Provincia de Ecuador, con una población de 104 874 habitantes según el último CENSO 2010, con 50 446 hombres y 54 428 mujeres entre edades de 0 a 100 años, y de 39 354 habitantes en la Zona Urbana y 65 520 habitantes en la Zona Rural (INEC 2010). De la cual la zona comercial y turística se encuentra en gran parte de la Zona Urbana de la ciudad en la cual se puede encontrar según el Catastro de registro del GAD Municipal del Cantón Otavalo 2015, se puede encontrar registrados dentro de la ciudad

cinco Hoteles, doce hostales y cuarenta y tres restaurantes de los cuales ninguno se dedica a la prestación del servicio de catering en la ciudad (GAD Municipal del cantón Otavalo 2015).

Fuera de la ciudad en parroquias como Miguel Egas, González Suárez, Quichinche, San Juan De Ilumán y San Pablo, se encuentran diversos establecimientos de alojamiento y alimentación entre estos se destacan tres hostales, doce hosterías y un restaurante, de los cuales no se especializan en la prestación del servicio de catering ni se dedican a esta rama de la gastronomía a pesar de que prestan servicio similares en su establecimientos (GAD Municipal del cantón Otavalo 2015).

En Otavalo, se puede destacar que dentro del cantón no se encuentra una prestación específica de catering con excepción de una empresa que presta este tipo de servicios y se especializa en el catering esta empresa se da a conocer como “*Sala de Banquetes Caminos De Herradura*”, la cual está ubicada en la calle Pedro Pérez Pareja (Junto A La Fabrica San Pedro), Barrio San Juan, que se encuentra a las afueras de la ciudad y presta los servicios de restaurant, alimentación, comida, recepciones, compromisos sociales, seminarios, asambleas, hotel, turismo y hostería. Pero esta empresa no se encuentra registrada en el catastro del GAD Municipal del cantón.

### **2.1.5. Estudio de mercado**

El estudio de mercado es la obtención de información o datos para analizarla y mejorar la tomar decisiones en un mercado competitivo en el cual se encuentra la empresa, según la American Marketing Association, (como se cita en Prieto Herrera, 2013) define que el estudio de mercado es “Recolección, tabulación y análisis sistemático de información referente a la

actividad de mercadotecnia, que se hace con el propósito de ayudar al ejecutivo a tomar decisiones que resuelvan sus propósitos de negocios” (Prieto Herrera 2013).

Los objetivos del estudio de mercado son el social, que recolecta, organiza y analiza información; el económico, que muestra las opciones de beneficios, utilidades obtenidas y rentabilidad económica del negocio o empresa en el mercado; y el administrativo, que se muestra como herramienta de planeación, ejecución y control como ayuda para la toma de decisiones gerenciales para cumplir con las exigencias del consumidor y de los clientes (O’Kean 2016).

#### **2.1.6. Estudio de oferta – demanda.**

Los mercados generalmente se definen por la cantidad de demandantes de un mismo bien y de la cantidad de empresas que ofertan ese servicio o bien (Superempresarial 2015).

**La oferta.-** es el comportamiento de las empresas al elaborar un bien o servicio para vender en el mercado en un determinado tiempo y espacio, con el fin de satisfacer necesidades de los compradores (O’Kean 2016). Esto depende del:

- Precio del propio bien,
- Precio o coste de los factores de producción,
- Estado de la tecnología
- Objetivos empresariales
- Impuestos al bien, y de la
- Entrada y salida de empresas de la industria.

**La demanda.** - es el conjunto de compradores potenciales de un mismo bien o servicio. Esto depende:

Del Precio del propio bien,

Del precio de los demás bienes,

De la renta de los consumidores

Del Gusto de los consumidores

Del número de consumidores, y

De las proyecciones de precios.

### **2.1.7. Elasticidad del proyecto**

Es el grado de medida en que reaccionan los compradores y los vendedores al entorno del mercado (O'Kean 2016). La elasticidad permite analizar la demanda y la oferta del mercado, pues se encarga de medir la sensibilidad de la cantidad demandada o la cantidad ofrecida de sus bienes y servicios (Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo-Huejutla 2011).

**La elasticidad de la oferta.** - es la cantidad de que un bien o servicio ofrecido responde a una variación de su precio.

**La elasticidad de la Demanda.-** se encarga de medir la variación relativa o porcentual que experimenta la cantidad demandada como consecuencia de una variación en el precio, es decir mide la intensidad de los compradores de un bien o servicio a una variación del precio (Villalbacamillo Cervantes 2009).

### **2.1.8. Estudio técnico**

Es un estudio que se ejecuta al finalizar el estudio de mercado de un proyecto de inversión en el cual permite evaluar y obtener la base para el cálculo económico y financiero de un proyecto (Portales 2011). Para el estudio técnico se debe tomar en cuenta los siguientes datos:

Tamaño del proyecto,

Localización del proyecto, y

Proceso productivo.

### **2.1.9. Análisis FODA**

Es la herramienta más usada en la gerencia de la empresa para determinar las estrategias de mercado, identificando las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y amenazas de la empresa (Prieto Herrera 2013).

Se puede definir que los factores internos de la empresa son las Fortalezas o Debilidades que crean Valor o lo destruyen (Superempresarial 2015).

También podemos identificar que los factores internos son las Oportunidades y las Amenazas que crean o destruyen el valor de la empresa internamente hablando (Superempresarial 2015).

### **2.1.10. Concepto del Organigrama estructural y funcional**

Los organigramas son cuadros que representan gráficamente la estructura formal que posee una organización representando así las principales funciones y relaciones que existen dentro de una organización o empresa (Superempresarial 2015).

Para entender y analizar un diagrama organizacional se deduce que los cuadros son cada uno de los puestos de la organización y las líneas son la cadena de jerarquía y comunicación entre cada área.

Un diagrama estructural es aquel representado jerárquicamente por el cargo que ocupa en la compañía.

Un diagrama funcional es el que determina funciones a cada área de la empresa (Prieto Herrera 2013).

### **2.1.11. Inversión fija y diferida.**

**Inversión fija.-** es todo tipo de activo fijo cuya vida útil es mayor a un año y con el fin de brindar las condiciones óptimas para que la empresa cumpla con sus funciones planteadas, estas pueden ser Edificios, Maquinaria y equipos, Vehículos, Terrenos y demás equipos auxiliares (Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo-Huejutla 2011).

**Inversión Diferida.-** son gastos indispensables del proyecto o empresa que son intangibles, estos pueden ser servicios o bienes que no intervienen directamente en la producción por ser intangibles, estas pueden estar sujetas por amortización a largo plazo (Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo-Huejutla 2011).

Patentes,

Licencias,

Franquicias,

Gastos de instalación,

Constitución jurídica de la empresa,

Pagos de rentas,

Estudios precisos del proyecto o empresa, y

Derechos estatales.

## 2.2. Marco legal

Previamente se toma en cuenta que todos los ciudadanos y ciudadanas del país tienen derechos y obligaciones también deducir que el gobierno como entidad pública se preocupa de la población tanto en su salud, sociedad y economía, normativas legales para garantizar que la población tenga oportunidades en la creación de empresas que presten servicios para la población con el fin de generar beneficios para su bienestar. El proyecto se enmarca con la finalidad de hacer cumplir las diversas normativas legales en lo que respecta a las leyes gubernamentales del país:

LEY CONSTITUCIONAL DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR. Registro Oficial N° 449 del lunes 20 de octubre del 2008. Art. 281. Párrafo 8, Capítulo tercero de Soberanía alimentaria. *“Asegura el desarrollo de la investigación científica y de la innovación tecnológica apropiada para garantizar la soberanía alimentaria”.*

**Art. 283.-** Capítulo cuarto de Soberanía económica. Sección primera; sistema económico y política económica. *“Reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en agronomía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir (...)”*

**Art. 284.-** Párrafo 1.- Capítulo cuarto de Soberanía económica. Sección primera; Sistema económico y política económica. *“Asegurar una adecuada distribución del ingreso y de la riqueza nacional”*



**Art. 284.-** Párrafo 2.- primera; Sistema económico y política económica. *“Incentivar la producción nacional, la productividad y competitividad sistemática, (...). La inserción estratégica en la economía mundial y actividades productivas, ...”*

**Art. 284.-** Párrafo 4.- Capítulo cuarto de Soberanía económica. Sección primera; Sistema económico y política económica. *“Promocionar la incorporación del valor agregado con máxima eficiencia...”*

**Art. 284.-** Párrafo 6.- Capítulo cuarto de Soberanía económica. Sección primera; Sistema económico y política económica. *“Impulsar el pleno empleo y valorar todas las formas de trabajo, ...”*

**Art. 284.-** Párrafo 7.- Capítulo cuarto de Soberanía económica. Sección primera; Sistema económico y política económica. *“... estabilidad económica, entendida como el máximo nivel de producción y empleo sostenibles en el tiempo”.*

**Art. 284.-** Párrafo 8.- Capítulo cuarto de Soberanía económica. Sección primera; Sistema económico y política económica. *“Propiciar el intercambio justo y complementario de bienes y servicios, ...”*

**Art. 304.-** Párrafo 1.- Sección séptima. Política comercial. *“Desarrollar, fortalecer y dinamizar los mercados internos...”*

**Art. 304.-** Párrafo 3.- Sección séptima. Política comercial. *“Fortalecer el aparato productivo y la producción nacional”.*

**Art. 304.-** Párrafo 5.- Sección séptima. Política comercial. *“Impulsar el desarrollo de las economías de escala y del comercio justo”.*

**Art. 304.-** Párrafo 6.- Sección séptima. Política comercial. *“Evitar las prácticas monopólicas y oligopólicas, ... que afecten el funcionamiento de los mercados”.*

**Art. 319.-** Capítulo sexto. Trabajo y producción. Sección primera. Formas de organización de la producción y su gestión. *“El Estado promoverá las formas de producción que asegure el buen vivir, ...”*

**Art. 320.-** Capítulo sexto. Trabajo y producción. Sección primera. Formas de organización de la producción y su gestión. *“La producción, en cualquiera de sus formas, se sujeta a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, ...”*

PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR. (2013 - 2017), Objetivo N° 3.- Mejorar la calidad de vida de la población.

Objetivo N° 4.- Fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía.

Objetivo N° 8.- Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible.

Objetivo N° 10.- Impulsar la transformación de la matriz productiva.

La constitución del Ecuador está elaborada para legislar y transformar la productividad del país, reformando sus leyes para facilitar el desarrollo de la población para incrementar el bienestar de la ciudadanía. Con nuevas reformas el país se encarga de que las y los ciudadanos puedan crear y emprender empresas para mejorar su economía y ayudar al resto de la población con la generación de empleos.

### 2.3. Glosario de términos.

**Mindaláes.** - Era un grupo élite, cuya tribulación, no era igual a la de los demás indios, ya que pagaban siempre en oro, mantas o chaquiras de hueso. Los mindaláes vivían en la ciudad de Quito, comerciaban en el tiánguez y no tenían por jefe a ningún cacique sino a un colega del grupo. Igual sucedía con los mercaderes de Otavalo.

**Inty Raymi.** - o fiesta del Sol, se realiza en homenaje y agradecimiento a la Madre Tierra por las cosechas recibidas, por el solsticio de verano. De todas las fiestas kichwas, el Inti Raymi constituye uno de los monumentos culturales vigentes que ha logrado reciclar sistemas como la invasión, la colonia, y la república, sistemas dictatoriales y democráticos que en su momento intentaron extirpar la vigencia de esta tradición.

**Catering.** - Servicio de suministro de bebidas y comidas preparadas para los pasajeros y tripulantes de un avión en general, para grupos de personas que trabajan en un mismo lugar.

**Hospitalidad.** - en el área turística y gastronómica se refiere al conjunto que reúne las normas protocolarias de restaurantes y empresas de alojamiento (hoteles, hosterías, hostales y residenciales).

**Gourmet.**- es un vocablo francés traducido por la Real Academia Española (RAE) como gastrónomo, una persona entendida en gastronomía o aficionada a las comidas exquisitas. El término se utiliza como adjetivo para calificar a aquellas comidas de elaboración refinada. Los alimentos gourmet son aquellas preparaciones que han sido elaborados con ingredientes exquisitamente seleccionados, con exhaustivos cuidados de higiene y de las propiedades organolépticas.

## CAPTULO III

### 3. Metodología

#### 3.1. Descripción del proyecto.

La investigación es Descriptiva utiliza un método Analítico – Sintético, descriptiva porque se buscó causales, preferencias y datos históricos, además es Analítico – Sintético, porque se desea diferir los elementos de una investigación mediante la obtención y análisis de los datos que a través de métodos empíricos como la encuesta, que se realizó a 377 habitantes del centro de la ciudad de Otavalo los cuales se estratificó en sus dos parroquias urbanas El Jordán con 127 y San Luis con 250 habitantes; y la entrevista para luego tabular y analizar llegar a una conclusión clara que beneficia a la investigación, para solucionar el problema .De las encuestas obtenidas se formaron los indicadores de las variables dependiente e independiente de la hipótesis del proyecto, las cuales son nominales con el fin de medir a la población sin exclusión de género, también se utilizó el tipo de variables ordinales por su clasificación de medición cualitativa, con el fin de recopilar datos a una muestra de la población, además de la recolección bibliográfica, histórico y documental acerca de los compradores, consumidores y vendedores de diversos tipos de empresas similares que ofrezcan un servicio de catering.

El estudio técnico de procesos de la empresa se realizó con la investigación de estrategias de marketing para posicionar la empresa y marca basándose en la información adquirida del estudio de mercado de la muestra de población.

El estudio Administrativo-Legal de la empresa se realizó con la revisión de la normativa legal vigente actualizada del estado conjuntamente con los requisitos para la creación de la empresa y el costo que conlleva la realización del proyecto

El diseño del estudio financiero se elaboró con cuadros contables que se expondrá costos, balances, gastos, costos de producción, etc., donde se expondrá las finanzas empresariales.

## **3.2. Tipo y diseño de investigación**

### **3.2.1. Tipo de investigación**

Descriptiva porque estudia e investiga los diversos aspectos de la prestación de servicios de alimentación y ambientación de lugares para eventos sociales y alimentación mediante encuestas y análisis de los resultados, además de observaciones e indagaciones en la competencia para conocerla y mejorar la oferta de este servicio, además se realizó un análisis de la economía y los niveles de oferta - demanda de nuevas empresas de prestación de servicios de alimentación y catering.

### **3.2.2. Naturaleza o diseño**

La investigación es No Experimental porque no se está manipulando variables referentes a la investigación de estudio de mercado que se aplica en el proyecto de investigación de servicio de catering, puesto que las variables en su mayoría se encuentran definidas por el mismo estudio y presentan indicadores sociales, económicos y culturales.

### **3.2.3. Temporalidad.**

La investigación tiene un corte transversal porque se realizó en un lapso de 6 meses, de abril a octubre del 2016, para la realización de la investigación de mercado además del levantamiento de información y aplicación de los diversos procesos en el proyecto.

## **3.3. Población y muestra**

### **3.3.1. Población de estudio.**

Para el cálculo de la muestra se consideró la población Urbana del Cantón de Otavalo que es 39354 habitantes, de esto se segmentó el mercado de población efectivamente demandante en el rango de 20 a 64 años de edad que son de 18 744 habitantes que se encuentran en el rango de la población Económicamente Activa.

### 3.3.2. Cálculo de la muestra.

Para el cálculo del tamaño de la muestra se consideran 18 744 habitantes de la zona urbana del Cantón Otavalo, se aplica la fórmula de muestreo Aleatorio Simple de (Quezada 2010).

**Fórmula:**

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}}$$

$$n_0 = \frac{Z\alpha^2 \sigma^2}{E^2} = \frac{Z\alpha^2 PQ}{E^2}$$

$$n_0 = \frac{1.96^2 0.5^2}{0.05^2} = 384.16$$

$$n = \frac{384.16}{1 + \frac{384.16}{18744}}$$

$$n = \frac{384.16}{1.02049} = 376.44$$

**N**= Población Total

**n<sub>0</sub>**= Tamaño de la muestra aproximada

**n**= Tamaño de la muestra

**Z $\alpha$**  = Valores correspondiente al nivel de significancia (1.96) 95%

**E**= Error de tolerancia de la estimación = (5%)

**$\sigma^2$** = Varianza de la variable (50%)

**P** = Probabilidad de éxito (50%)

**Q** = Probabilidad de fracaso (50%)

Total de encuestas 376

Una vez calculada la muestra se aplicó la fórmula Asignación Proporcional para determinar la muestra en cada estrato y la selección de informante de la zona urbana del cantón Otavalo fue por medio de una muestra intencionada que permite identificar la tipología del informante.

**Fórmula:**

$$n1 = n \frac{N1}{N}$$

**Dónde:**

**n1=?**

**n=** Tamaño de la muestra (376)

**N1=** Número de habitantes

**N=** Total de población (18744)

**Tabla 1.**

**Estratificación de muestra.**

<b>Nº</b>	<b>Parroquias</b>	<b>Habitantes</b>	<b>Asignación proporcional</b>	<b>Número de encuestas</b>
1	El Jordán	6 268	$n1=376(6\ 268/18744)$	<b>126</b>
2	San Luis	12 476	$n1=376(12\ 476/18744)$	<b>250</b>

**Fuente:** (Samaniego Alemán y Torres Ruiz 2014)

**Elaborado por:** Deysi Moreno

En la Zona urbana de Otavalo existen dos parroquias las cuales son San Luis y el Jordán, no se encuentran datos de población específicos de estas dos parroquias sólo se ha tomado como una sola cantidad de habitantes, pero según el estudio de Samaniego Alemán &



Torres Ruiz existen 1567 viviendas en la parroquia urbana El Jordán (Samaniego Alemán y Torres Ruiz 2014).

### **3.4. Métodos**

#### **3.4.1. Teóricos.**

En la investigación se utilizó el método Analítico – Sintético, porque se desea diferir los elementos de una investigación mediante la obtención y análisis de los datos que mediante diversos métodos empíricos se adquieren para luego sintetizarlos y llegar a una conclusión clara que beneficiara a la investigación para solucionar el problema.

#### **3.4.2. Prácticos.**

**Encuestas.-** las encuestas fueron aplicadas a la muestra de población, estratificada en las parroquias de la zona urbana de Otavalo.

**Entrevista.-** la entrevista se realizó a expertos en el área de catering y eventos. En el caso del proyecto se tomó en cuenta al gerente de la Hostería San Andrés, ubicada a las afueras de la ciudad de Ibarra.

#### **3.4.3. Matemáticos y tecnológicos.**

Tabulación de encuestas elaboradas mediante la operacionalización de variables.

Elaboración de tablas de frecuencia.- de las respuestas obtenidas de las encuestas de tabulación de la operacionalización de variables.

Elaboración de gráficos estadísticos. - en base a los resultados de la encuesta.

### 3.5. Matriz de variables de investigación

**Tabla 2.**

*Matriz de variables de investigación.*

<b>Variable</b>	<b>Definición Operativa</b>	<b>Dimensión</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Categoría</b>	<b>Opciones</b>	<b>Instrumento</b>
Factibilidad	El estudio de factibilidad permite identificar la demanda de los servicios de una empresa de catering en la ciudad de Otavalo para el	Demanda y mix de marketing	Oferta	¿Conoce Ud. que es el servicio de cáterin?	- Si - No	<b>Encuestas</b>
				¿Sabía que las empresas de cáterin le brinda servicios de alimentación dentro y buera de su domicilio, mantelería y decoración de fiestas y eventos sociales, sillas carpas, entretenimiento y más?	- Si - No	<b>Encuestas</b>
				¿Conoce empresas que le brinden ese tipo de servicio?	- Si - No	<b>Encuestas</b>
			Demanda	¿Ha utilizado los servicios de este tipo de	- Si	

	2016.			empresas en sus fiestas?	- No	
				¿Para qué eventos o festividad utiliza Ud. este tipo de servicio?	-Bodas -Cumpleaños -Bautizos -Confirmaciones - Todos	<b>Encuestas</b>
			Comercialización	¿En qué medios de comunicación utiliza Ud. para conocer nuevos productos?	-Cuñas radiales -Televisión -Volantes -Internet -Mallas publicitarias	<b>Encuestas</b>
Producto	¿Le gustaría adquirir los servicios de una empresa que le ayude a organizar sus eventos y fiestas con alimentación, bebidas	-Si -No -Talvez	<b>Encuestas</b>			

				y decoración?		
			Precio	¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por persona al adquirir este servicio que incluye cubertería, mantelería, cristalería, alimentación y bebida?	- \$8 a \$10 - \$11 a \$15 - \$16 a \$20 - \$21 a más	<b>Encuestas</b>
			Plaza	¿En dónde le gustaría que este ubicada esta empresa de servicio de catering para su mayor comodidad?	- Centro de la ciudad - Afueras de la ciudad	<b>Encuestas</b>
			Promoción	Por la adquisición de este servicio le gustaría que la empresa le obsequie...	- Mariachis - Recuerdos - Fotos/video	<b>Encuestas</b>
Empresas de Catering	El nivel de aceptación permitirá	Nivel de Aceptación	Consumo	¿Con que frecuencia hace uso de este tipo de servicios?	- Cada 6 meses. - Cada 3 meses - Cada mes o más.	<b>Encuestas</b>

<p>identificar los productos y servicios requeridos para satisfacer el mercado meta de Otavalo para el 2016.</p>			<p>Para sus fiestas y eventos que suele adquirir con mayor frecuencia...</p>	<p>-Carpas -Sillas -Mesas -Mantelería -Bajilla -Cristalería -Cubertería</p>	<b>Encuestas</b>
			<p>¿Qué alimentos suele adquirir con más frecuencia para sus fiestas y eventos?</p>	<p>-Entradas -Sopas -Plato fuerte -Postres</p>	<b>Encuestas</b>
			<p>En cuanto a los postres de que brinda a sus invitados ofrece con mayor frecuencia</p>	<p>-Postres calientes -Postres fríos -Pasteles</p>	<b>Encuestas</b>
			<p>Entre los alimentos para sus fiestas y eventos le gustaría adquirir comida...</p>	<p>-Nacional -Internacional</p>	<b>Encuestas</b>

			¿Cuáles son los pasteles que prefiere para sus fiestas y eventos?	-Pasteles de crema -Pasteles de Fondán -Sin cobertura	<b>Encuestas</b>
		Calidad de Servicio	Al adquirir un servicio de alimentación prefiere...	-Calidad -Cantidad -Ambos	<b>Encuestas</b>
			Al adquirir un servicio de catering le gustaría para sus fiestas le gustaría que el local o lugar de su evento este decorado con...	-Globos -Cintas -Velos -Flores -Todos	<b>Encuestas</b>
		Necesidad	Ud. cree que es necesario la contratación de personal que le ayude a organizar sus fiestas y eventos	-Si -No	<b>Encuestas</b>
			¿Ud. estaría dispuesta a adquirir solo el	-Si	<b>Encuestas</b>

				servicio de entrega de alimentos para sus fiestas y eventos?	-No -Talvez	
--	--	--	--	--	----------------	--

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Deysi Moreno

## CAPÍTULO IV

### 4. Análisis de datos

#### 4.1. Tabulación, interpretación y análisis de información

##### P1. Actividad laboral

**Tabla 3.**

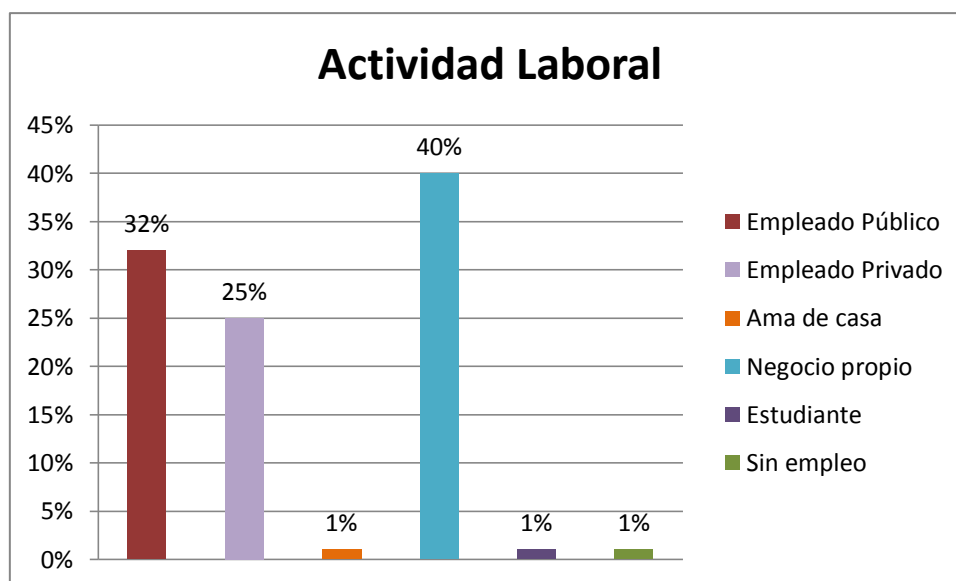
##### Actividad laboral

Opciones	<i>f</i>	%
Empleado Público	120	32%
Empleado Privado	96	25%
Ama de casa	5	1%
Negocio propio	150	40%
Estudiante	4	1%
Sin empleo	2	1%
<b>TOTAL</b>	<b>377</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Deysi Moreno





**Gráfico 3. Actividad laboral.**

**Fuente:** Deysi Moreno

Con esta pregunta se identificó el estado laboral de los pobladores para conocer su economía y el estado financiero de nuestros posibles clientes. En el gráfico observar que en la mayor parte de los pobladores tienen un negocio propio con un 40%, lo cual genera no dependencia a terceros, un 32% de empleados públicos, un 25% de empleados privados, y un 1% en cuanto a amas de casa, estudiantes y personas sin empleos en cada una de ellas (Ver gráfico 3).

**P2. ¿Conoce Ud. que es el servicio de catering?**

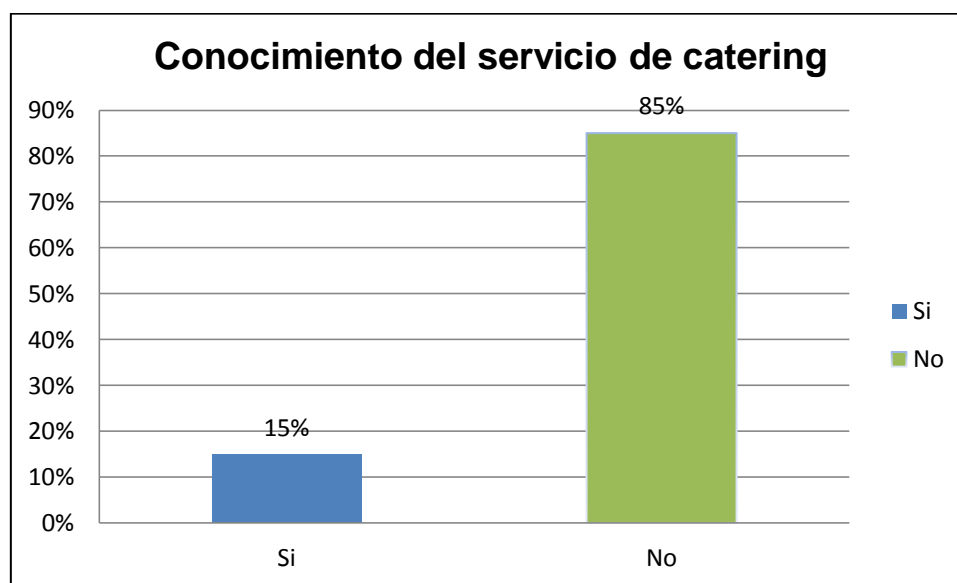
**Tabla 4.**

**Conocimiento del servicio de catering.**

Opciones	<i>f</i>	%
Si	57	15%
No	320	85%
TOTAL	377	100%

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Deysi Moreno



**Gráfico 4. Conocimiento del servicio de catering.**

**Elaborado por:** Deysi Moreno

El gráfico denota que en la ciudad existe un 85% de habitantes que desconocen que es el servicio de catering y un 15% que si lo conocen (Ver Gráfico 4).

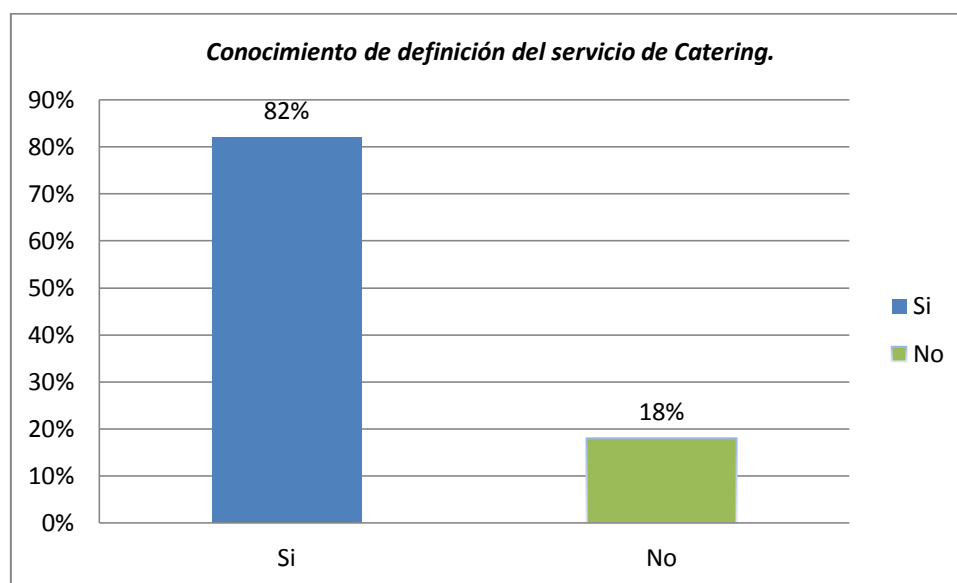
**P3.- ¿Sabía que la empresa de catering le brinda servicios de alimentación dentro y fuera de su domicilio, mantelería y decoración de fiestas y eventos sociales, sillas carpas, entretenimiento y más?**

**Tabla 5.**

**Conocimiento de definición del servicio de Catering.**

Opciones	<i>f</i>	%
Si	309	82%
No	68	18%
TOTAL	377	100%

**Fuente.** Autora



**Gráfico 5. Conocimiento de definición del servicio de Catering.**

**Fuente.** Autora

Haciendo una breve descripción del servicio de catering se denota que un 82% había conocido servicios similares, pero no conocían del término Catering y también que un 18% no conocía de este servicio (Ver Gráfico 5).

**P4.- ¿Conoce empresas que le brinden ese tipo de servicio?**

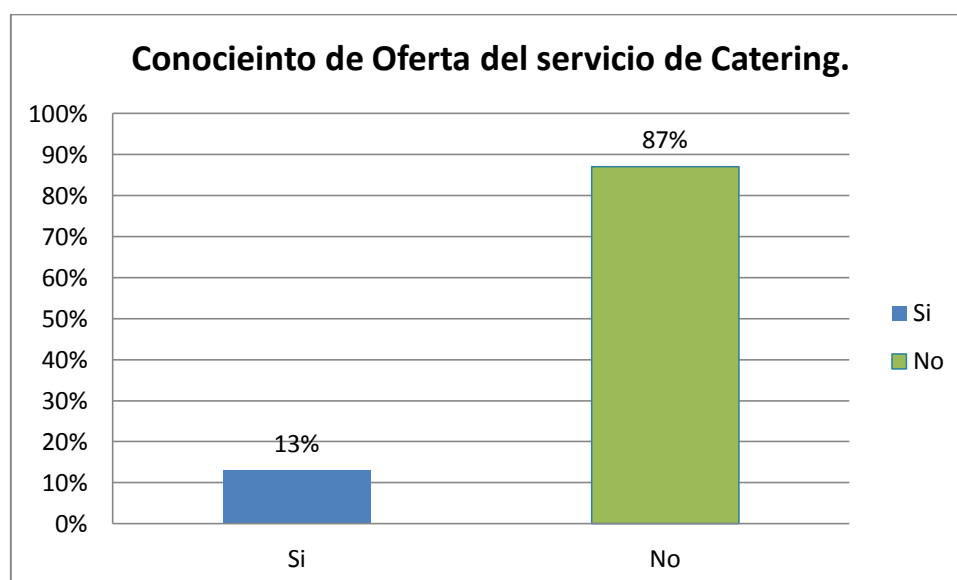
**Tabla 6.**

**Conocimiento de Oferta del servicio de Catering.**

Opciones	<i>f</i>	%
Si	48	13%
No	329	87%
<b>TOTAL</b>	<b>377</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Deysi Moreno



**Gráfico 6. Conocimiento de Oferta del servicio de Catering.**

**Elaborado por:** Deysi Moreno

En cuanto al conocimiento de lugares que oferten este servicio respondieron que un 13% si conoce y un 87% no lo conoce al Catering como tal (Ver Gráfico 6).

**P5. ¿Ha utilizado los servicios de este tipo de empresas en sus fiestas?**

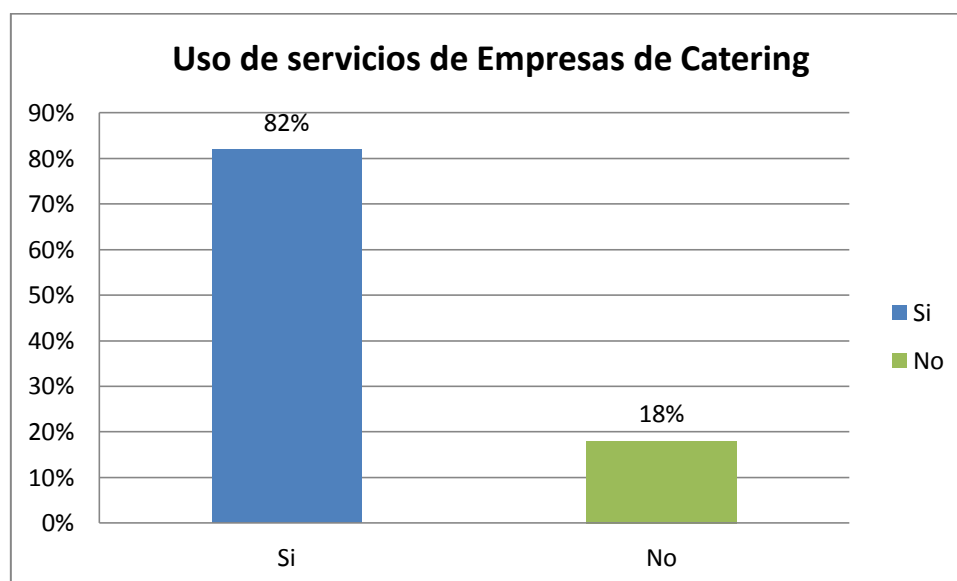
**Tabla 7.**

**Uso de servicio de Empresas de Catering.**

Opciones	<i>f</i>	%
Si	308	82%
No	69	18%
<b>TOTAL</b>	<b>377</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Deysi Moreno



**Gráfico 7. Uso de servicios de Empresas de Catering.**

**Elaborado por:** Deysi Moreno

En el gráfico 5 se puede observar que los pobladores tienen pocos conocimientos con relación al Catering, han tomado como catering al alquiler de ciertos productos con un 82% y con un 18% de uso de este tipo de servicio (Ver Gráfico 7).

**P6. ¿Para qué eventos o festividad utiliza Ud. este tipo de servicio?**

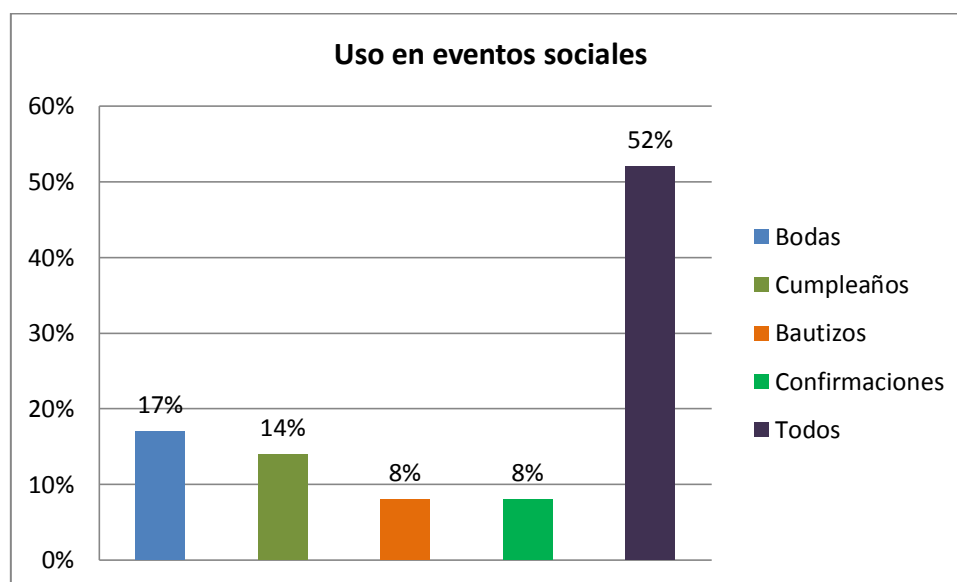
**Tabla 8.**

**Uso en eventos sociales.**

Opciones	<i>f</i>	%
Bodas	79	17%
Cumpleaños	62	14%
Bautizos	38	8%
Confirmaciones	38	8%
Todos	235	52%
<b>TOTAL</b>	<b>452</b>	<b>99%</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Deysi Moreno



**Gráfico 8. Uso en eventos sociales.**

**Elaborado por:** Deysi Moreno

Un 52% de los pobladores contestaron que por lo menos una vez en su vida han utilizado el catering en todas las opciones de la pregunta, además de denotar que en un 17% en bodas, un 14% en cumpleaños y un 8% en cuanto a bautizos y confirmaciones (Ver Gráfico 8).

**P7. ¿En qué medios de comunicación utiliza Ud. para conocer nuevos productos?**

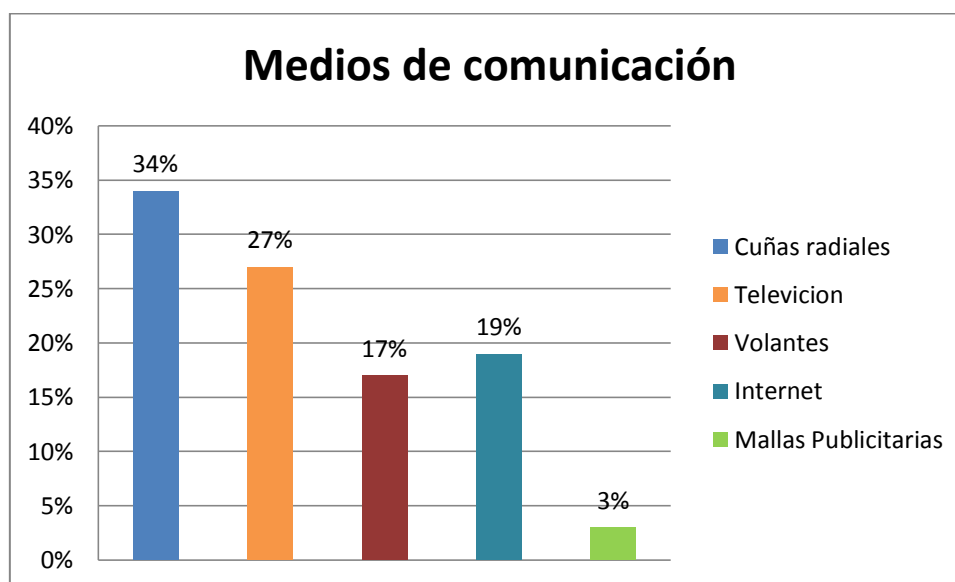
**Tabla 9.**

**Medios de comunicación.**

Opciones	<i>f</i>	%
Cuñas radiales	261	34%
Televisión	203	27%
Volantes	126	17%
Internet	145	19%
Mallas Publicitarias	25	3%
<b>TOTAL</b>	<b>760</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Deysi Moreno



**Gráfico 9. Medios de comunicación.**

**Elaborado por:** Deysi Moreno



Según el resultado obtenido en las encuestas el 34% de los habitantes usan como medio de información de nuevos productos las cuñas radiales, seguidas de la televisión con un 27%, internet con un 19%, volantes con un 17% y un 3% a las mallas publicitarias (Ver Gráfico 9).

**P8. ¿Le gustaría adquirir los servicios de una empresa que le ayude a organizar sus eventos y fiestas con alimentación, bebidas y decoración?**

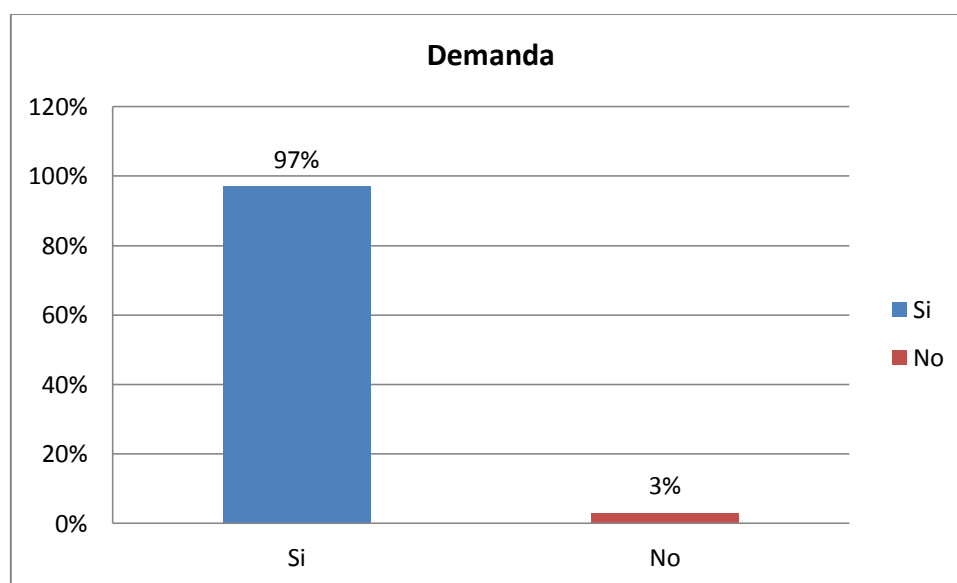
**Tabla 10.**

**Demanda.**

Opciones	<i>f</i>	%
Si	365	97%
No	12	3%
<b>TOTAL</b>	<b>377</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Deysi Moreno



**Gráfico 10. Demanda.**

**Elaborado por:** Deysi Moreno

El 97% de la población afirmó que le gustaría adquirir el servicio de Catering, lo cual muestra una demanda potencial y tan solo un 3% no estaría dispuesto a adquirirlo (Ver Gráfico 10).

**P9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por persona al adquirir el servicio de catering que incluye cubertería, mantelería, cristalería, alimentación y bebida?**

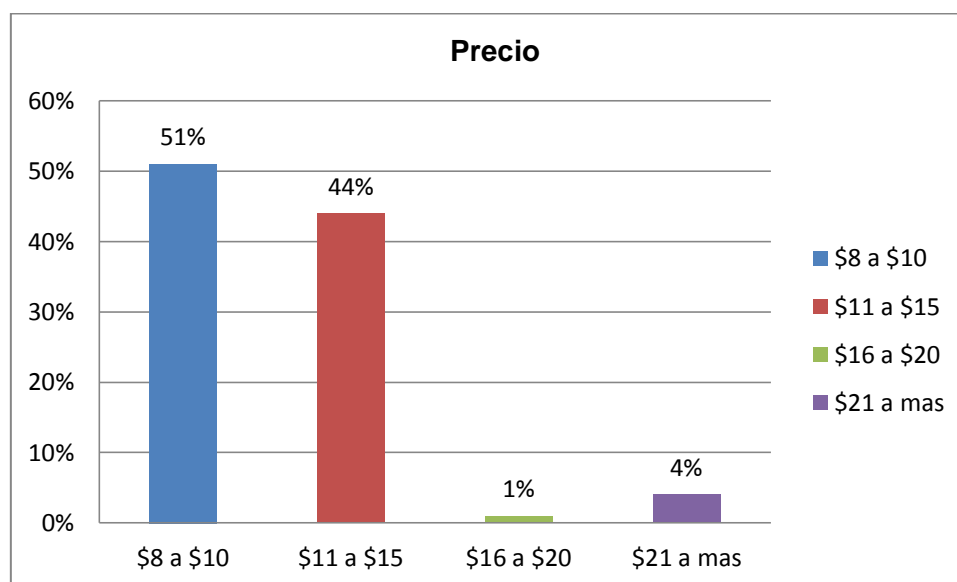
**Tabla 11.**

**Precio.**

Opciones	<i>f</i>	%
\$8 a \$10	193	51%
\$11 a \$15	166	44%
\$16 a \$20	4	1%
\$21 a mas	14	4%
<b>TOTAL</b>	<b>377</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Deysi Moreno



**Gráfico 11. Precio.**

**Elaborado por:** Deysi Moreno

Para el análisis del precio aceptado por la población se obtuvo que el 55% sea de un rango de \$8 a \$10, el segundo lugar es de \$11 a \$15 con un 44% seguido de un 4% de \$16 a \$20 y el 1% de \$21 a más (Ver Gráfico 11).

**P10. ¿En dónde le gustaría que este ubicada esta empresa de servicio de catering para su mayor comodidad?**

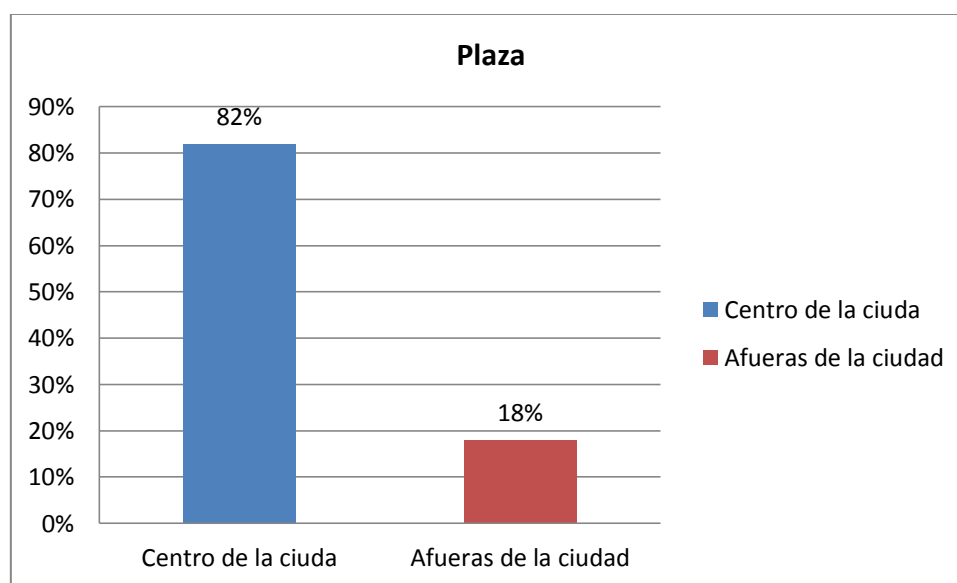
**Tabla 12.**

**Plaza.**

Opciones	<i>f</i>	%
Centro de la ciudad	310	82%
Afuera de la ciudad	68	18%
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Deysi Moreno



**Gráfico 12. Plaza.**

**Elaborado por:** Deysi Moreno

Para una mejor facilidad los pobladores siguieren en un 82% que la empresa esté ubicada en el centro de la ciudad y un 18% que se encuentre afueras de la ciudad para mayor espacio (Ver Gráfico 12).

**P11. Por la adquisición de este servicio le gustaría que la empresa le obsequie...**

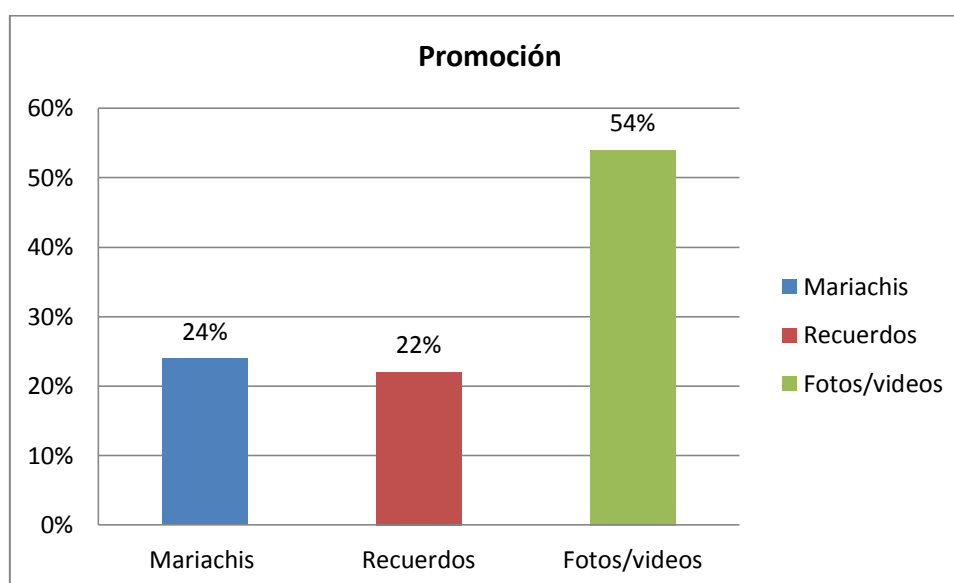
**Tabla 13.**

**Promoción.**

Opciones	<i>f</i>	%
Mariachis	93	24%
Recuerdos	84	22%
Fotos/videos	204	54%
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Deysi Moreno



**Gráfico 13. Promoción.**

**Elaborado por:** Deysi Moreno

El 54% de la población en cuanto a la promoción que prefiere decidió que la mejor oferta que puede hacer la empresa es de dar servicios de fotografías y videos gratis, un 24% en mariachis gratis y un 22% de Recuerdos (Ver Gráfico 13).

**P12. ¿Con qué frecuencia hace uso de este tipo de servicios?**

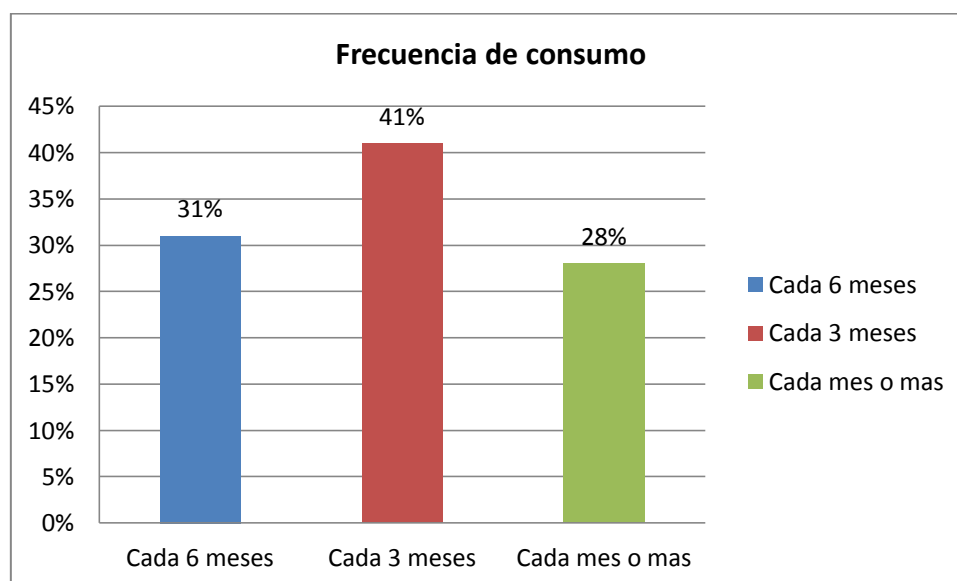
**Tabla 14.**

**Frecuencia de consumo.**

Opciones	<i>f</i>	%
Cada 6 meses	115	31%
Cada 3 meses	155	41%
Cada mes o mas	107	28%
<b>TOTAL</b>	<b>377</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Deysi Moreno



**Gráfico 14. Frecuencia de consumo.**

**Elaborado por:** Deysi Moreno

La frecuencia de consumo es de 41% de cada 3 meses eso es entre 3 a 4 veces por año, el 31% es de una a dos veces por año es decir cada 6 meses y un 28% realiza o tiene eventos cada mes o más (Ver Gráfico 14).

**P13. Para sus fiestas y eventos que suele adquirir con mayor frecuencia...**

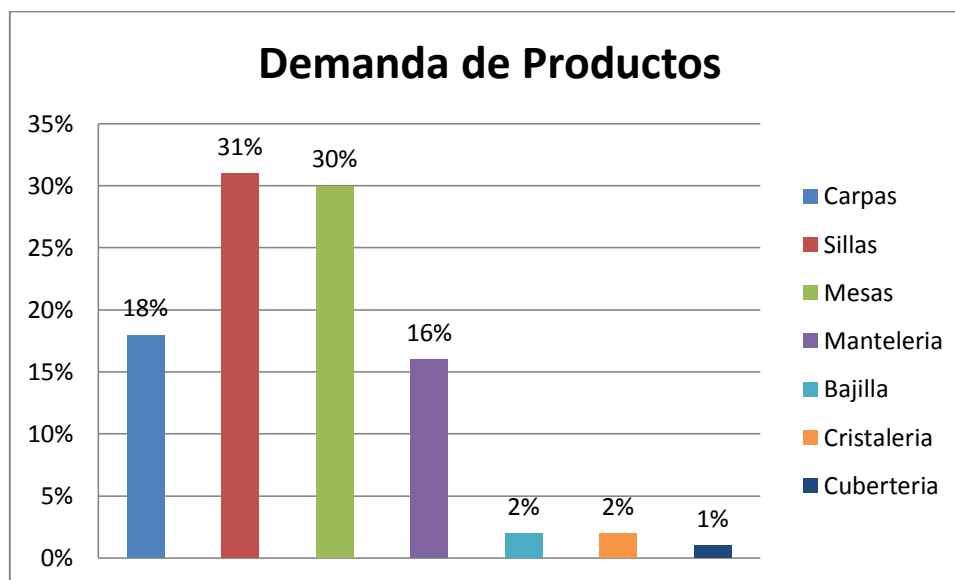
**Tabla 15.**

**Demanda de Productos.**

Opciones	<i>f</i>	%
Carpas	199	18%
Sillas	351	31%
Mesas	329	30%
Mantelería	182	16%
Bajilla	19	2%
Cristalería	24	2%
Cubertería	11	1%
<b>TOTAL</b>	<b>1115</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Deysi Moreno



**Gráfico 15. Demanda de productos.**

**Elaborado por:** Deysi Moreno



La demanda de productos de alquiler tiene 31% de sillas, 30% de Mesas, 19% de Carpas, 16% de Mantelería, el 2% en Bajilla y Cristalería, y un 1% en cuanto a Cubertería (Ver Gráfico 16).

**P14. ¿Qué alimentos suele adquirir con más frecuencia para sus fiestas y eventos?**

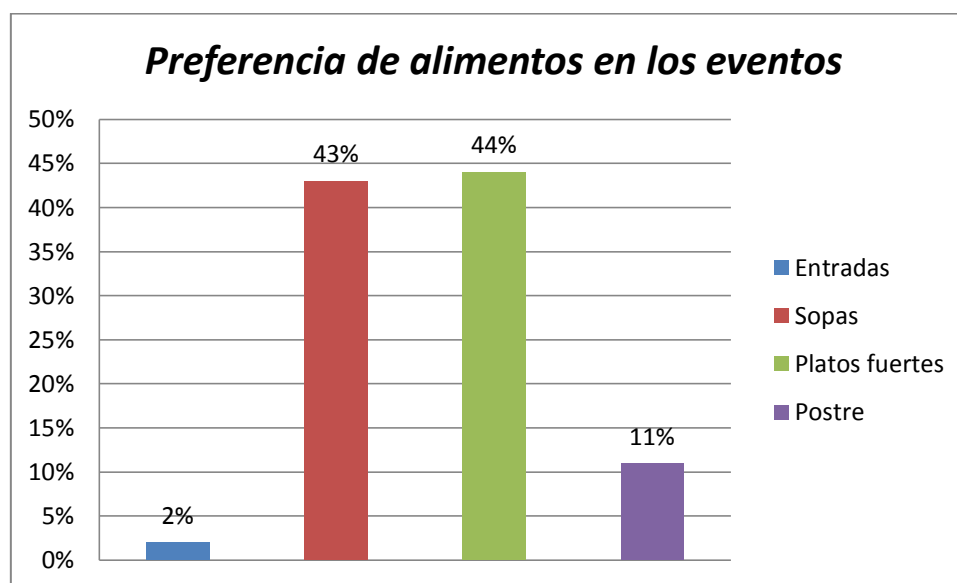
**Tabla 16.**

**Preferencia de alimentos en los eventos.**

Opciones	<i>f</i>	%
Entradas	16	2%
Sopas	327	43%
Platos fuertes	335	44%
Postre	81	11%
<b>TOTAL</b>	<b>759</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Deysi Moreno



**Gráfico 16. Preferencia de alimentos en los eventos.**

**Elaborado por:** Deysi Moreno

Para la alimentación en las fiestas la población prefiere servir platos fuertes en un 44%, 43% de Sopas, el 11% también sirve Postres y tan solo un 2% de Entradas (Ver Gráfico 17).

**P15. En cuanto a los postres de que brinda a sus invitados ofrece con mayor frecuencia**

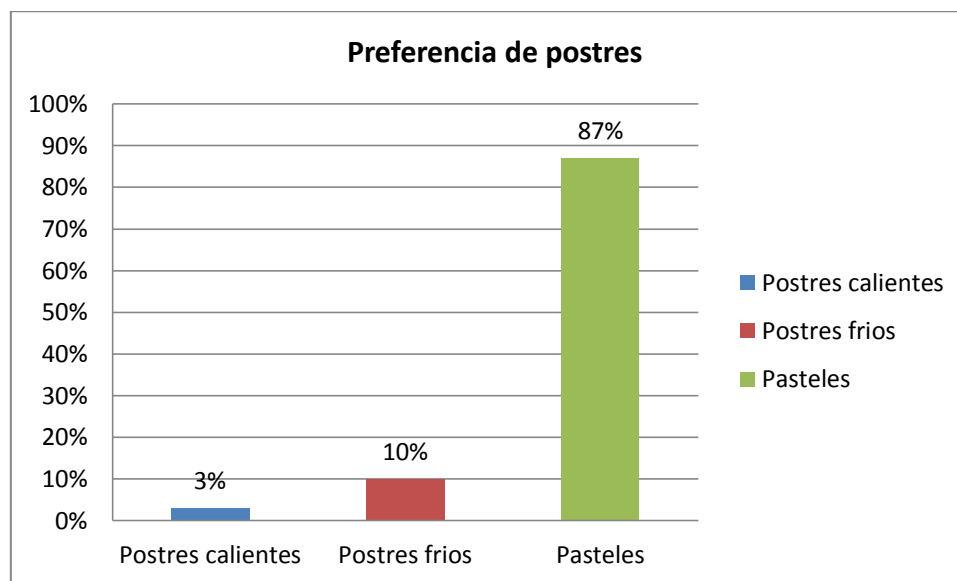
**Tabla 17.**

**Preferencia de postres.**

Opciones	<i>f</i>	%
Postres calientes	11	3%
Postres fríos	40	10%
Pasteles	339	87%
<b>TOTAL</b>	<b>390</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Deysi Moreno



**Gráfico 17. Preferencia de postres.**

**Elaborado por:** Deysi Moreno

El 87% de la población prefiere pasteles para sus eventos, un 10% postres fríos y un 3% postres calientes (Ver Gráfico 18).

**P16. Entre los alimentos para sus fiestas y eventos le gustaría adquirir comida...**

**Tabla 18.**

**Preferencia de Nacionalidad de alimentos.**

Opciones	<i>f</i>	%
Nacional	354	94%
Internacional	23	6%
<b>TOTAL</b>	<b>377</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Deysi Moreno



**Gráfico 18. Preferencia de Nacionalidad de alimentos.**

**Elaborado pro:** Deysi Moreno

Los pobladores prefieren en un 94% la comida Nacional y un 6% la comida Internacional (Ver Gráfico 19).

**P17. ¿Cuáles son los pasteles que prefiere para sus fiestas y eventos?**

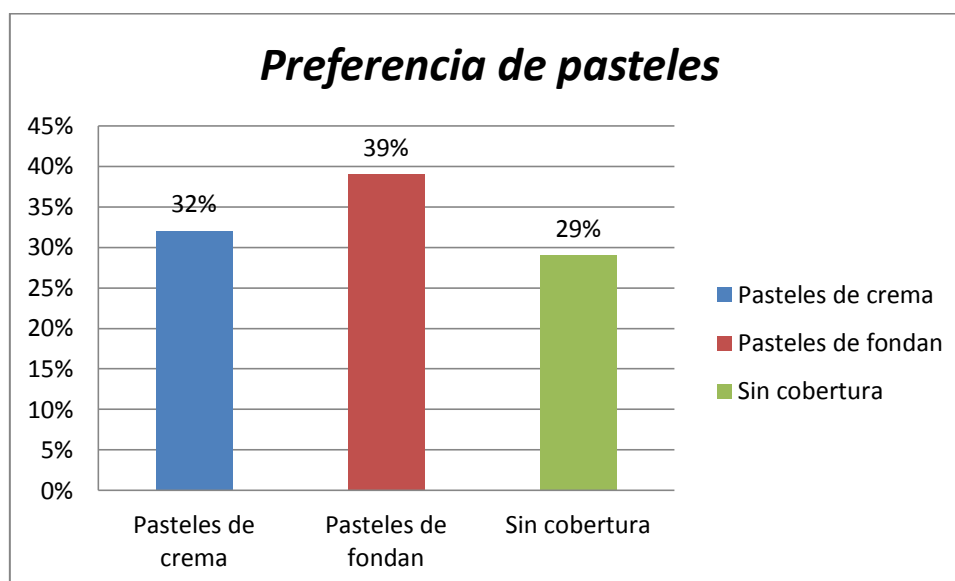
**Tabla 19.**

**Preferencia de pasteles.**

Opciones	<i>f</i>	%
Pasteles de crema	125	32%
Pasteles de fondant	154	39%
Sin cobertura	113	29%
<b>TOTAL</b>	<b>392</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Deysi Moreno



**Gráfico 19. Preferencia de pasteles.**

**Elaborado pro:** Deysi Moreno

Las personas prefieren en un 39% los pasteles de fondant por ser nuevos y tener una propuesta diferente, por tradición un 32% prefieren los Pasteles de Crema y por salud un 29% prefieren los Pasteles Sin Cobertura (Ver Gráfico 20).

**P18. Al adquirir un servicio de alimentación prefiere...**

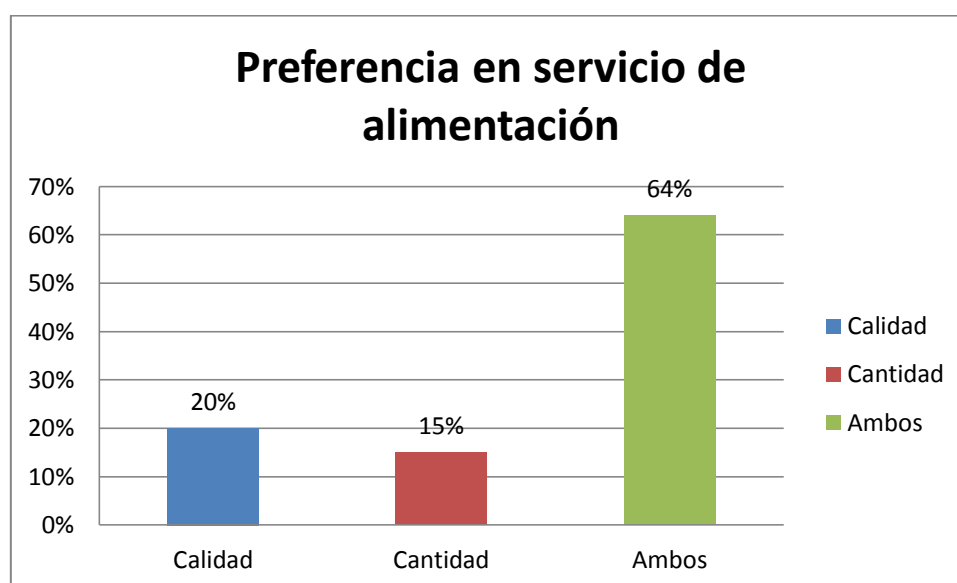
**Tabla 20.**

**Preferencia en servicio de alimentación.**

Opciones	<i>f</i>	%
Calidad	77	20%
Cantidad	57	15%
Ambos	243	64%
<b>TOTAL</b>	<b>377</b>	<b>99%</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Deysi Moreno



**Gráfico 20. Preferencia en servicios de alimentación.**

**Elaborado por:** Deysi Moreno

En cuanto a la preferencia de servicios de alimentación las personas prefieren la calidad y cantidad en un 64%, un 20% de Calidad y 15% de Cantidad (Ver Gráfico 20).

**P19. Al adquirir un servicio de catering le gustaría para sus fiestas que el local o lugar de su evento este decorado con...**

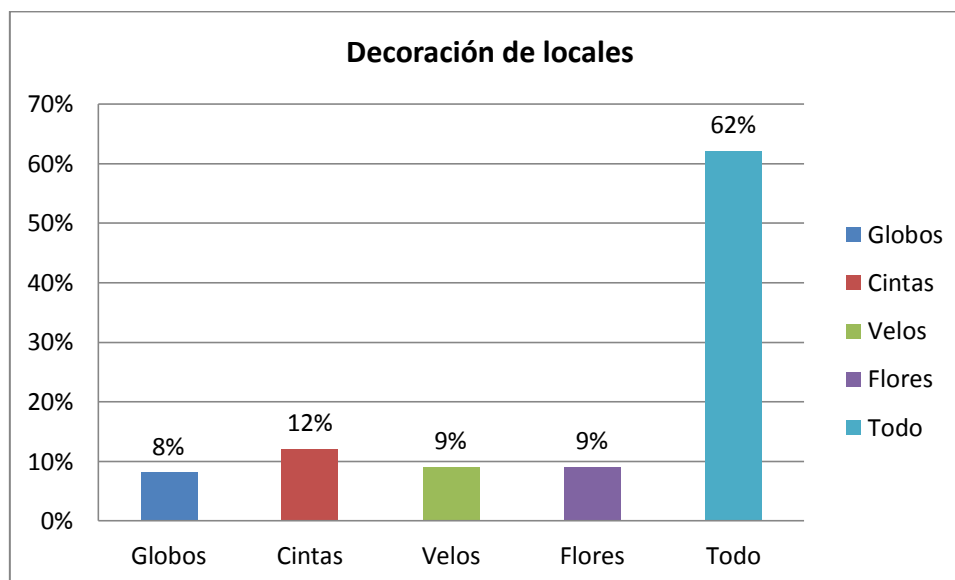
**Tabla 21.**

**Decoración de locales.**

Opciones	<i>f</i>	%
Globos	37	8%
Cintas	55	12%
Velos	43	9%
Flores	41	9%
Todo	282	62%
<b>TOTAL</b>	458	100%

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Deysi Moreno



**Gráfico 21. Decoración de locales.**

**Elaborado por:** Deysi Moreno

En cuanto a la preferencia de decoración las personas desearían adornar un 12% con Cintas, 9% de Velos y Flores, 8% de Globos, pero en un 62% la selección fue Todas las opciones en un 62%, pues afirman que sería mejor que se decore con todas las opciones (Ver Gráfico 21).



**P20. Ud. cree que es necesaria la contratación de personal que le ayude a organizar sus fiestas y eventos.**

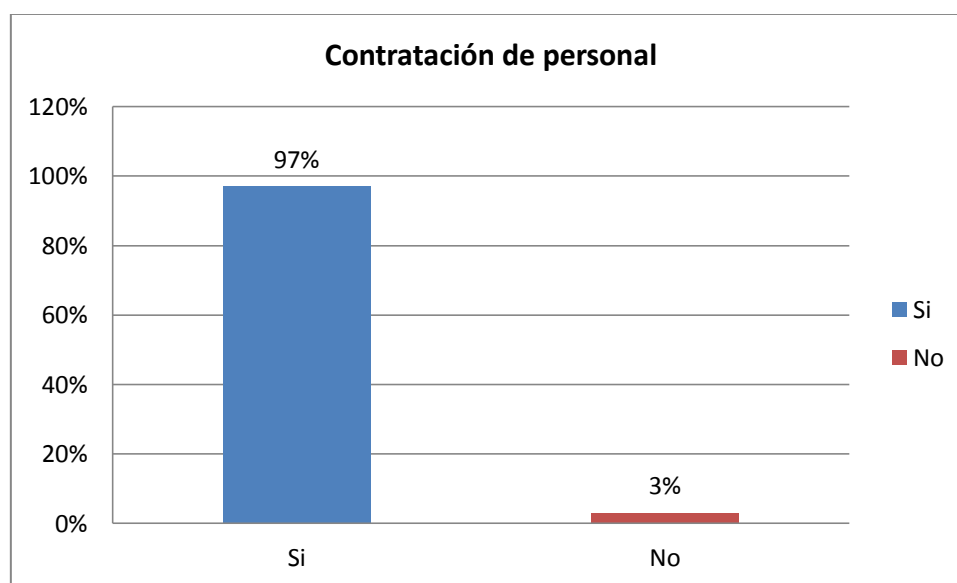
**Tabla 22.**

**Contratación de personal.**

Opciones	<i>f</i>	%
Si	365	97%
No	12	3%
<b>TOTAL</b>	<b>377</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Deysi Moreno



**Gráfico 22. Decoración de locales.**

**Elaborado por:** Deysi Moreno

Los ciudadanos afirman en un 97% es necesario contratar personal para la preparación de la comida y en especial para el servicio de los alimentos a los invitados al contrario con tan solo un 3% niegan su necesidad (Ver Gráfico 22).

**P21. ¿Ud. estaría dispuesta a adquirir solo el servicio de entrega de alimentos para sus fiestas y eventos?**

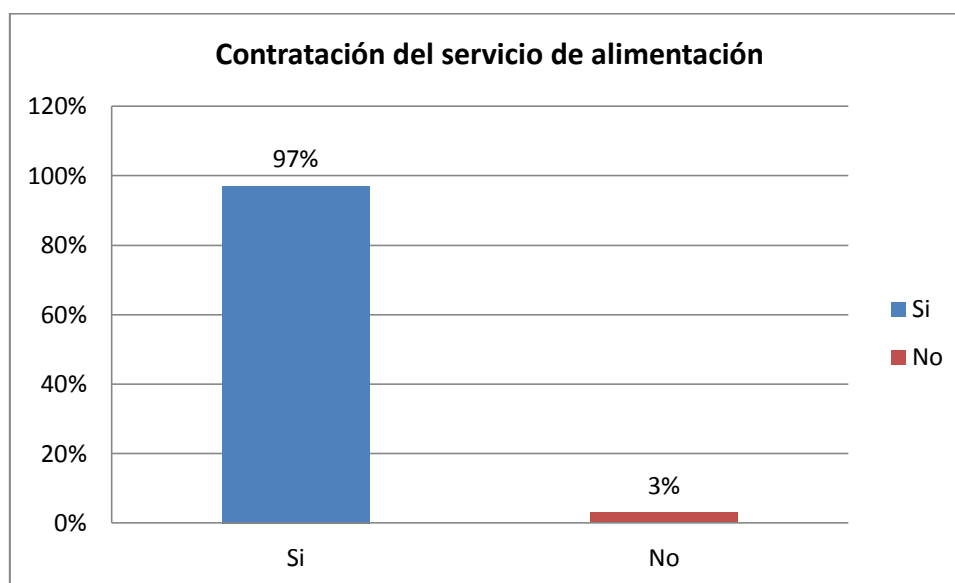
**Tabla 23.**

**Contratación del servicio de alimentación.**

Opciones	<i>f</i>	%
Si	365	97%
No	12	3%
<b>TOTAL</b>	<b>377</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Deysi Moreno



**Gráfico 23. Decoración de locales.**

**Elaborado por:** Deysi Moreno

Los pobladores afirman que en un 97% si adquirirían el servicio de entrega de alimentos a los eventos y un 3% no lo adquirirían.

## **4.2. Respuesta de entrevistas**

### **Entrevista al Sr. Luis Orozco asistente de gerencia de la Hostería San Andrés Loch y Spa.**

#### **P1. ¿Cuál es el Producto estrella de la empresa?**

El producto estrella de la empresa según supo mencionar el Sr. Luis Orozco es que es servicio de eventos y servicio de Catering dentro y fuera de la provincia de Imbabura.

#### **P2. ¿Qué estrategia de venta cree que es la más efectiva para su negocio?**

Menciona que su estrategia de venta más efectiva es la prestación del buen servicio, el manejo de boca a boca de las personas por satisfacción.

#### **P3. ¿Qué estructura organizacional tiene su empresa?**

El Sr. Luis Orozco mencionó que la estructura jerárquica, es decir una estructura vertical la cual se determina según cada uno de los procesos de cada uno de los departamentos.

#### **P4. ¿Con cuánto personal cuenta su empresa para eventos de 100 PAX para brindar un buen servicio?**

El Sr. Luis Orozco mencionó que para brindar un excelente servicio cuenta con varios equipos de trabajo los cuales menciona a continuación:

4 personas para logística.- montaje del servicio y del evento,

4 personas para montaje de mantelería, cristalería y vajilla dentro del servicio,

10 personas en cuanto a alimentación del servicio del menú, y

5 personas en el área de cocina.

**P4. ¿Cuál es su medio de publicidad más efectivo?**

Para la empresa los medios de publicidad más efectivos son las redes sociales, cuñas radiales locales de alta circulación y el boca a boca en ese orden de efectividad.

**P5. ¿Cuál fue su inversión inicial para el lanzamiento de su empresa?**

Según el Sr. Luis Orozco la inversión inicial fue alrededor de \$50 000 como mínimo pero solo enfocándose al área de alimentos y bebidas, sin contar del resto de la empresa que también cuenta con el servicio de spa y hospedaje.

### **4.3. Estudio de mercado**

#### **4.3.1. Análisis demanda**

Mediante la investigación de mercado y a través de las encuestas realizadas a los pobladores de la ciudad de Otavalo, se determinó que con la creación del establecimiento que ofrece servicio de catering y alimentación, estarán dispuestos a adquirir el servicio ya sea por falta de tiempo o por exhibir fiestas modernas y formales a los familiares o invitados en general.

Existen pocos ofertantes en la ciudad de Otavalo los cuales no satisfacen las necesidades de los pobladores, manifestando que la creación del servicio de catering es rentable.

#### **4.3.2. Proyección de oferta – demanda**

La proyección del proyecto a futuro es brindar un servicio más amplio y renovado en área del servicio de catering para satisfacer el requerimiento y necesidades de los clientes y consumidores.

Lograr ser conocido y recomendado por los pobladores de la ciudad y así poder brindar el servicio dentro y fuera de la misma gracias a la prestación de servicio de catering.

Además, la proyección a largo plazo será el posicionamiento de la marca para la creación de nuevas sucursales en diferentes ciudades de la provincia.

### 4.3.3. Identificación de la demanda

#### 4.3.3.1. *Demanda actual.*

La demanda actual se estableció a través de los resultados de las encuestas aplicadas a los pobladores de la zona urbana de Otavalo con rangos de entre 20 a 64 años que son 18 744 habitantes, se ha evidenciado que el 82% de la población son personas que han requerido del servicio de la competencia y que tan solo el 18% es la demanda insatisfecha, de la cual la mayoría de pobladores aprueban el servicio de catering y muestran interés en adquirir los diversos tipos de productos que ofrece la empresa.

#### 4.3.3.2. *Demanda potencial*

Para determinar la demanda potencial se tomó como referencia la pregunta número 8 de la encuesta realizada a la población (porcentaje de contratación de personas que presten ayuda en la preparación de alimentos para las celebraciones).

**Tabla 24.**

#### **Contrataría servicios de Catering.**

<b>Alternativa</b>	<b>Número</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Si</b>	365	96.81%
<b>No</b>	12	3.18%
<b>Total</b>	<b>377</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Deysi Moreno

La demanda potencial en la adquisición de servicios de catering en el mercado objetivo se calcula mediante la siguiente fórmula:

$$D = P * f\%$$

**D**= Demanda

**P**= Población mercado objetivo

**f**= Porcentaje de frecuencia del requerimiento del producto

$$D = P * f\%$$

$$D = 18744 * 96.81\%$$

$$D = 18744 * 97\%$$

$$D = 18181.68$$

Los 18 182 habitantes de la ciudad de Otavalo que desean contratar el servicio de catering se multiplica por la frecuencia con que podrían contratar este tipo de servicio que es en un promedio de 4 veces por año según las encuestas realizadas, es decir 72 728 Pax atendidos por año.

#### 4.3.3.3. *Proyección de la demanda*

La proyección del proyecto es parte importante para el estudio de mercado, pues esta nos permite conocer la estimación de la futura demanda en una proyección a 5 años.

La demanda se proyectará tomando como punto de referencia el método de crecimiento exponencial, en la cual la tasa de crecimiento poblacional según el último censo del 2010 es de 1,63% en el cantón de Otavalo (INEC 2010).

La proyección está prevista a cinco años de acuerdo a la vida útil del proyecto, se usa este método porque está fundamentado en la realidad actual del mercado.

#### **Fórmula:**

$$Pp = Po(1 + i)^n$$

#### **Dónde:**

Pp=preferencia por la propuesta

Po= Demanda actual

i= Porcentaje

n= Número de años

$$Pp = Po(1 + i)^n$$



## Demanda Proyectada

**Tabla 25.**

### Demanda Proyectada.

Año	$Pp = [Po(1+i)]^n$	Demanda Proyectada
1	$72\,728 * ((1+0,0163)^1)$	73913
2	$72\,728 * ((1+0,0163)^2)$	75118
3	$72\,728 * ((1+0,0163)^3)$	76343
4	$72\,728 * ((1+0,0163)^4)$	77587
5	$72\,728 * ((1+0,0163)^5)$	78852

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Deysi Moreno

#### 4.3.4. Análisis de oferta

##### 4.3.4.1. Identificación de la Oferta.

#### Factores que afectan la Oferta

La cantidad ofrecida de un servicio está en función de:

- Gastos y preferencias
- Tecnología existente
- Los precios de los servicios
- Calidad en el servicio

#### 4.3.4.2. *Comportamiento histórico de la Oferta.*

El comportamiento histórico de la oferta se establece por la oferta existente en el sector, conformada por empresas de servicios de eventos de Catering y empresas de alquiler de indumentaria para fiestas y eventos, las cuales brindan servicios semejantes a los que ofrece la empresa de Catering que se propone en esta investigación.

#### 4.3.4.3. *Oferta Actual.*

En el cantón Otavalo existe oferta de pocas empresas que brindan servicios de catering en la zona, motivo por el cual es una alternativa real para que el consumidor contrate este tipo de servicios para la celebración de eventos y fiestas, como es el alquiler de carpas, sillas, mesas, mantelería, cristalería, cubertería, vajilla, menaje, alimentación, bebidas y servicio de meseros.

Es por ello que para la propuesta de emprendimiento se consideró a las empresas del sector como posibles ofertantes existentes, las mismas que se detallan en el siguiente cuadro:

**Tabla 26.**

#### **Servicios por empresa de catering en la ciudad de Otavalo.**

<b>Empresa</b>	<b>Servicio</b>
SUMAK TIARINA	ALQUILER
CAMINOS DE HERRADURA	SERVICIOS DE CATERING

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Deysi Moreno

#### **4.3.4.4.      *Análisis de la Oferta.***

Para el análisis de la oferta se realizó un estudio del mercado existente, se utilizó una entrevista a las empresas que ofertan el servicio de catering en la ciudad, tomando estos resultados como parte importante para facilitar el análisis del comportamiento de la oferta actual y futura, también conocer cuál es el posible mercado potencial, no obstante el proyecto formulado ingresaría a competir. Los resultados obtenidos pusieron en evidencia que solo existe una empresa que se dedica completamente a la prestación de servicios de catering para eventos sociales y empresariales, y el resto solo se compone como empresas de alquilar de indumentaria de eventos, sin prestar servicio de alimentación, ya que son realizados por los mismos contratantes y familiares o amigos.

#### **4.3.4.5.      *Comportamiento histórico.***

Al evidenciar en el proyecto que la posible competencia no aprobó la entrevista a profundidad, por motivos de secreto de empresas y de corporación se realizó una cotización de los productos ofertantes y de otra información semejante de las empresas como localización, medios publicitarios y contactos de los mismos. Esta información se tomó como base para la proyección de la oferta.

#### **4.3.4.6.      *Oferta Actual.***

Oferta de servicios de catering en la ciudad de Otavalo en el 2016.

Para esto se realizó una observación en centro de la ciudad de Otavalo.

**Empresas existentes que prestan servicios de Catering en la ciudad de Otavalo.**

**Tabla 27.**

**Empresas que prestan servicios de Catering en la ciudad de Otavalo.**

CATEGORÍA	Empresa 1		Costo
	SUMAK TIARINA		
	SI	NO	
<b>Carpas</b>	6*6	X	\$ 25.00
	5*6	X	\$ 25.00
	3*6	X	\$ 20.00
	3*3	X	\$ 23.00
<b>Sillas</b>	Plástico	X	\$ 0,2
	Metal		X
<b>Mesas</b>	Cuadrada	X	\$ 5.00
	Redonda		X
<b>Mantelería</b>	Manteles	X	
	Cubremanteles	X	
	Cubre sillas	X	
	Servilletas	X	
<b>Cristalería</b>	Copas	X	\$ 0,25
	Vasos	X	\$ 0,25
	Jarras		X
<b>Vajilla</b>	Plato entrada		\$ 0,4
	Plato Base		\$ 0,4
	Plato tendido	X	\$ 0,4

---

	Plato soperero	X		\$ 0,4
	Plato postre	X		\$ 0,4
	Tenedor/entrad		X	
	Tenedor/fuerte	X		\$ 0,15
<b>Cubertería</b>	Tenedor/postre	X		\$ 0,15
	Cuchara	X		\$ 0,15
	Cuchara/postre	X		\$ 0,15
	Cuchara/café	X		\$ 0,15
	Bandejas	X		\$ 1,50
<b>Utensilios</b>	Ollas	X		\$ 5.00
	Samovar		X	
	Cocina	X		\$ 10.00
	Lasos	X		\$ 2.00
	Cintas		X	
<b>Decoración</b>	Globos	X		\$ 0,25
	Velos		X	
	Flores	X		\$ 5.00
	Arcos	X		\$ 25.00
<b>Alimentación</b>			X	
<b>Bebidas</b>	Brindis		X	
	Otros		X	
<b>Recepción</b>			X	
<b>Meseros</b>			X	
<b>Teléfonos</b>	2921-736 / 0994237218			

---

---

<b>Dirección</b>	Salinas 4-01 y Bolívar		
<b>Propietario</b>	Alberto Vega		
<b>Medio publicitario</b>	Radio	Radio Ilumán	
	Televisión		X
	Internet	Facebook	
	Mallas publicitarias	X	
<b>Trasporte</b>		X	\$ 0
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 62,2</b>

---

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Deysi Moreno

Tabla 28.

## Empresas que prestan servicios de Catering en la ciudad de Otavalo.

CATEGORÍA		Empresa 2		Costo
		CAMINOS DE		
		HERRADURA		
		SI	NO	
<b>Carpas</b>	6*6		X	
	5*6		X	
	3*6		X	
	3*3		X	
<b>Sillas</b>	Plástico	X		\$ 0.65
	Metal	X		\$ 0.65
<b>Mesas</b>	Cuadrada	X		\$ 5.50
	Redonda		X	
<b>Mantelería</b>	Manteles	X		
	Cubremanteles	X		
	Cubre sillas	X		
	Servilletas	X		
<b>Cristalería</b>	Copas	X		\$ 0.06
	Vasos	X		\$ 0.10
	Jarras	X		\$ 0.30
<b>Vajilla</b>	Plato entrada	X		\$ 0.11
	Plato Base	X		\$ 0.11
	Plato tendido	X		\$ 0.11
	Plato sopero	X		\$ 0.11

---

	Plato postre	X		\$ 0.11
<b>Cubertería</b>	Tenedor/entrad	X		\$ 0.07
	Tenedor/fuerte	X		\$ 0.07
	Tenedor/postre	X		\$ 0.07
	Cuchara	X		\$ 0.07
	Cuchara/postre	X		\$ 0.07
	Cuchara/café		X	\$ 0.07
<b>Utensilios</b>	Bandejas	X		\$ 1.75
	Ollas		X	
	Samovar		X	
	Cocina		X	
<b>Decoración</b>	Lasos		X	
	Cintas		X	
	Globos		X	
	Velos		X	
	Flores	X		\$ 3.00
	Arcos		X	
<b>Alimentación</b>		X		\$ 8.00
<b>Bebidas</b>	Brindis	X		\$ 0.50
	Otros	X		\$ 0.20
<b>Recepción</b>		X		Inc.
<b>Meseros</b>		X		Inc.
<b>Teléfonos</b>	2924-775/0997145387			
<b>Dirección</b>	Calle Pedro Pérez Pareja, Junto a la Fábrica San Pedro , Barrio San			

---



---

	Juan		
<b>Propietario</b>	Rafael Andrango		
<b>Medio publicitario</b>	Radio		X
	Televisión		x
	Internet	Pág. amarillas Internet	
	Mallas publicitarias		x
<b>Trasporte</b>		X	0
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 21,68</b>

---

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Deysi Moreno

La información se la obtuvo mediante la realización de proformas de los establecimientos de servicios de catering situados en la ciudad de Otavalo.

Costo promedio por persona: \$ 41,94 de un paquete completo.

Pero se tomó en cuenta el alquiler masivo de sillas, mesas y decoraciones que es de \$7,45, y de una o dos carpas para cada evento, y por otro lado la información adquirida del servicio de alimentación prestada por la otra empresa que incluye el local, servicio, sillas y mesas, y su cobro es de \$10,00 por persona.

Gracias a la información obtenida de estas empresas permite establecer el predio por persona de \$9,00 que incluye el servicio alimentación, atención a domicilio, sellas, mesas, mantelería, cristalería, cubertería, vajilla y carpas.

#### 4.3.4.7. *Proyección de Oferta.*

La oferta se obtuvo de la tabulación de la quinta pregunta en la cual muestra que el 82% de la demanda ha contratado el servicio de Catering en algún momento (Ver Tabla 6).

La oferta del servicio de catering se proyectó con el 1.63% que es la tasa de crecimiento poblacional

**Calculo:** La proyección de la oferta fue calculada en base a la siguiente formula:

$$OP = OA(1 + i)^n$$

**Dónde:**

**OP=** Oferta Proyectada

**OA=** Oferta actual

**1=** Valor constante

**i=** Tasa de crecimiento poblacional

**n=** Tiempo

**Tabla 29.**

**Estimación de venta de la competencia.**

<b>Estimación de ventas de la competencia</b>	
Ventas al mes	4 970 Pax
Venta anual	59 637 Pax

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Deysi Moreno

**Tabla 30.****Oferta de paquete de servicio de catering por persona de la competencia.**

Paquete	Cantidad	Cantidad	Precio unitario	TOTAL	TOTAL
	Mensual	Anual	promedio	MENSUAL	ANUAL
TOTAL	4970	59637	\$ 10,00	\$ 49.697,47	\$ 596.369,60

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Deysi Moreno

**Tabla 31.****Proyección de la oferta anual de la competencia.**

Nro.	Año	$Pp = [Po(1+i)]^n$	Demanda Proyectada/Pax
	2016		59637
1	2017	$59\ 637 * ((1+0,0163)^1)$	60609
2	2018	$59\ 637 * ((1+0,0163)^2)$	61597
3	2019	$59\ 637 * ((1+0,0163)^3)$	62601
4	2020	$59\ 637 * ((1+0,0163)^4)$	63621
5	2021	$59\ 637 * ((1+0,0163)^5)$	64658

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Deysi Moreno

**Tabla 32.****Proyección de la demanda insatisfecha de clientes.**

<b>Año</b>	<b>Demanda</b>	<b>Oferta</b>	<b>Demanda insatisfecha/Pax</b>
2016	72728	59637	13091
2017	73913	60609	13304
2018	75118	61597	13521
2019	76343	62601	13742
2020	77587	63621	13966
2021	78852	64658	14193

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Deysi Moreno

#### **4.3.5. Análisis de Precio.**

Los precios se constituyen según el producto o servicio y el grupo meta al que va dirigido el servicio de Catering. Al fijar los precios es importante tomar en cuenta: la competencia, los servicios ofertados que incluye y la cantidad de los servicios a ofrecerse.

##### **4.3.5.1. Proyección del Precio para el servicio que se oferta.**

La proyección de los precios en los próximos años utilizó la tasa de inflación de los 5 años anteriores y se obtuvo un promedio de 3.88%.

## Tasa de inflación de los últimos cinco años

**Tabla 33.**

### Tasa de inflación de los últimos cinco años.

Año	Tasa %
2011	5,41
2012	4,16
2013	2,7
2014	3,76
2015	3,38
<b>Promedio</b>	<b>3,882</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Deysi Moreno

Proyección del precio por la venta de un paquete de servicio de Catering para los cinco años, esto en cuanto a datos proporcionados mediante cotizaciones a la competencia.

#### **Formula:**

$$M = c(1 + i)^n$$

**M** = Proyección de precio

**c** = Valor anual

**1** = Valor constante

**i** = Tasa de inflación anual

**n** = Tiempo

**Tabla 34.****Proyección del precio.**

<b>Detalle</b>	<b>VA</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Servicio Completo diario	\$ 10,00	\$ 10,38	\$ 10,77	\$ 11,18	\$ 11,61	\$ 12,00
Servicio Completo mensual	\$ 49.697	\$ 53.546	\$ 51.586	\$ 55.581	\$ 57.693	\$ 59.885
Servicio Completo anual	\$ 596.370	\$ 619.032	\$ 642.555	\$ 666.972	\$ 692.317	\$ 718.625

---

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Deysi Moreno

## **CAPITULO V**

### **5. Estudio de factibilidad**

#### **5.1. Introducción**

El estudio de factibilidad de la propuesta es igual de importante que el estudio de mercado realizado, ya que analiza si el proyecto es factible ejecutarlo o no, con la ayuda de información obtenida tanto cualitativa como cuantitativa que hacen relación a los requerimientos de la nueva empresa de catering a implementarse.

La propuesta del proyecto es crear una empresa de catering y eventos llamada “Chedar”, Sabor- Pasión & Estilo, que preste el servicio de alimentación, renta de alquiler de inmobiliaria para eventos como son carpas, mesas, sillas, cristalería, cubertería, vajilla, mantelería y decoración, además de mantener comunicación continua con centros de alquiler de locales para la realización de eventos dentro de la ciudad, también de empresas de transporte para facilitar la movilización de los productos.

#### **5.2. Estudio de factibilidad**

El estudio muestra la factibilidad y organización del presente, es necesario para poner en funcionamiento la propuesta del proyecto. Determina los aspectos físicos y materiales que son requeridos para la constitución de la empresa de Catering, con factores adecuados al proyecto, localización, equipamiento, distribución de espacio y comercialización de la oferta gastronómica.

### **5.3. Objetivos empresariales.**

#### **5.3.1. Objetivo General.**

Determinar los requerimientos necesarios para identificar la macro y micro localización, el tamaño del proyecto, el equipamiento y la oferta gastronómica del mismo.

#### **5.3.2. Objetivos Específicos.**

- Plantear la planificación empresarial del servicio de catering con la oferta gastronómica de la empresa de catering.
- Determinar la ubicación más adecuada para el proyecto, en el aspecto macro y micro localización, con el fin de facilitar la localización de la empresa.
- Establecer la capacidad, equipamiento y diseñar la distribución física de la empresa del proyecto para prestar el servicio de Catering.

### **5.4. Tamaño del Proyecto.**

El tamaño del proyecto cuenta con indicadores como: oferta, demanda, inversión, capacidad instalada y ubicación, los cuales están en el estudio de mercado para establecer óptimamente la empresa.



## 5.5. Análisis FODA

**Tabla 35.**

**Análisis FODA.**

<b>AMBIENTE INTERNO</b>	<b>AMBIENTE EXTERNO</b>
<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
Experiencia	Innovación
Negocio familiar	Posibilidad de expansión
Recursos económicos propios	Buena ubicación en el centro de la ciudad
Local propio	Convenios con empresas
Personal de apoyo	
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
Infraestructura mediana	Creación de empresas competitivas
Desconocimiento específico en finanza	Inflación
Poca variedad	Inseguridad
Depreciación de maquinaria	Leyes políticas

---

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Deysi Moreno

**5.5.1. Potenciación de Fortalezas – Oportunidades y Disminución de Amenazas – Debilidades de la empresa.**

**Tabla 36.**

**Matriz de interacción.**

	<b>FORTALEZAS (+)</b>	<b>DEBILIDADES (-)</b>
	Experiencia	Infraestructura mediana
	Negocio familiar	Desconocimiento específico en
	Recursos económicos propios	finanza
	Local propio	Poca variedad
	Personal de apoyo	Depreciación de maquinaria
<b>OPORTUNIDADES (+)</b>	<b>ENFOQUE AGRESIVO-FO</b>	<b>ENFOQUE DE DEFENSA-DO</b>
Innovación	Innovación de decoraciones y recetas propias de la empresa.	La innovación ayudara a
Posibilidad de expansión	El local propio genera un gasto	incrementar la poca variedad
Buena ubicación en el centro de la ciudad	menos en el pago de la renta y el presupuesto es propio para	de la empresa.
Convenios con empresa	evitar pagos a bancos.	La buena ubicación de la empresa será una ventaja para
	Convenios con instituciones de transporte.	la empresa a pesar de que sea una infraestructura mediana.
<b>AMENAZAS (-)</b>	<b>ENFOQUE DE DEFENSA-FA</b>	<b>ENFOQUE DE DESACTIVACION - DA</b>
Creación de empresas competitivas	Las normativas políticas se	En la creación de una empresa
Inflación	equilibran con el cumplimiento	de catering su punto débil será

---

Inseguridad	de sus normativas.	el desconocimiento financiero
Leyes políticas	Aplicar las normativas vigentes	y contable, y la creación de
	en la creación de la empresa de	nueva competencia en el
	servicio de catering.	mercado.

---

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Deysi Moreno

## 5.6. La empresa

La empresa de catering y eventos “Chedar” es una microempresa local, que presta los servicios de alimentación y catering con un capital privado, y es contribuyente especial. Por su número de propietarios es unipersonal, y tiene una función social con ánimo de Lucro porque trabaja con el fin de la adquisición de utilidades para su inversionista (eddsen1964 2009).

### 5.6.1. Planificación estratégica.

#### Misión

La misión de la empresa es ser responsables con el cumplimiento de las expectativas de los consumidores, brindar un servicio de calidad y generar calidez dentro y fuera de la empresa, servir productos con eficiencia y puntualidad.

#### Visión

La empresa de Catering Chedar para el 2020 será una empresa reconocida en el norte del país que brinde servicios de alimentación y catering para eventos sociales formales e informales en la provincia de Imbabura.

## Objetivos

- Innovar el tipo de ambientación de eventos sin perder la temática cultural de la localidad.
- Elaborar productos de calidad en diseño y sabor.
- Realizar convenios con empresas gastronómicas que brinden servicios de alimentación.
- Crear lasos con empresas que brinden servicios de recepción para brindar un servicio con seguridad y comodidad del consumidor.

### 5.6.2. Público objetivo

La empresa tiene como público objetivo el 70% de la demanda insatisfecha de la población de la zona urbana del cantón Otavalo comprendida entre 20 a 64, que dentro de la ciudad representan a la población económicamente activa este porcentaje comprende 9 164 Pax por año.

**Tabla 37.**

#### Público Objetivo.

<b>Población total</b>	<b>Demanda * 4 veces anual</b>	<b>Demanda /competencia</b>	<b>Demanda insatisfecha</b>	<b>Población meta</b>
100%	97%	82%		70%
18744	72728	59637	13091	<b>9164</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Deysi Moreno

### 5.6.3. Posicionamiento

La empresa “Chedar” pretende en los próximos cinco años posicionar su marca en el mercado como ofertante del servicio de catering para la realización de eventos sociales formales e informales.

El uso de los colores café y rojo de la empresa marca en la mente del consumidor, como referencia elegancia y seriedad en su servicio además de que el color rojo indica pasión y amor en la realización del trabajo, el eslogan de Chedar, Sabor - Pasión & Estilo, se toma como referencia de seguridad, fiabilidad, calidad e innovación del servicio prestado a los clientes.

#### 5.6.3.1. Filosofía empresarial



**Grafico 24. Filosofía Empresarial.**

**Elaborado por:** Deysi Moreno

#### **5.6.4. Características del producto**

Chedar, Sabor - Pasión & Estilo, es una empresa que brinda servicios de alimentación, renta de sillas, platos, carpas, mesas, mantelería, ambientación de locales, cubertería y cristalería, dentro de la ciudad para cualquier evento social formal e informal y empresarial.

A diferencia de la competencia “Chedar” cuenta con un grupo con la experiencia necesaria para realizar todo tipo de eventos dentro o fuera del domicilio.

#### **5.6.5. Valores estratégicos de la empresa**

Brindar información confiable y exacta a los consumidores.

Siempre mostrar respeto a los empleados y consumidores de nuestro producto.

Ofrecer confianza y calidad en la elección de los productos.

Garantizar la versatilidad de nuestro servicio de ambientalización de eventos.

Responder con las exigencias de capacidad de los consumidores en el ámbito de alquiler de indumentaria para eventos.

La puntualidad en la entrega del servicio será base fundamental para la empresa.

El personal que se contrate debe tener experiencia, responsabilidad y respeto, hacia sus compañeros y los clientes.

### **5.6.6. Políticas de la empresa**

La empresa se actualiza constantemente en nuevas tendencias de alimentación, decoración y servicio de catering.

Generar promociones que se enfoquen en la satisfacción del cliente sin afectar su economía.

Adquirir equipo suficiente y variado para ofertar al cliente alternativas de producto.

El uso de los colores de la empresa (café y rojo) será fundamental en los eventos indistintamente de su temática.

La marca de la empresa siempre se llevara en la indumentaria de los trabajadores como medio de promoción y de identificación de la misma.

#### **5.6.6.1. Políticas del área de producción.**

El jefe de A&B es el encargado de realizar la hoja de pedido, revisión de stock y encargado de recibir la materia prima de los proveedores.

La adquisición de materia prima se realizara mediante hojas de pedido a proveedores que deberá ser revisada por el área contable y aprobada por gerencia.

La materia prima deberá ser evaluada inmediatamente mediante la Hoja de Evaluación de proveedor, debe de corresponder a los exigencias requeridas en la Hoja de Pedido.

Si no cumple con los requisitos de la materia prima se devolverá en un lapso menor a 8 horas, y se procederá a enviar la Hoja de Pedido a otra empresa.

El pago a los proveedores se realizara en contabilidad con cheque o efectivo después de su debida aprobación de parte del área de pedido y de parte del gerente.

El procesamiento de materia prima se realizara inmediatamente después de la revisión y se procederá al almacenamiento de los productos si es necesario, si no se debe realizar el respectivo almacenamiento en cuanto llegue la materia prima a la empresa.

El Capitán de meseros deberá tener contabilizado el stock de los productos de alquiler y en caso de faltantes deberá comunicar a todas las áreas de la empresa y se procederá al respectivo descuento del valor del faltante.

#### **5.6.6.2.      *Políticas para el área de ventas***

Se debe realizar el contrato con mínimo una semana de anticipación a la fecha del evento.

Los contratos realizados por la empresa deberán llevar la autorización de gerencia y se dará una copia al contratista.

La facturación de evento se realizara con el 50% de entrada y el 50% al iniciar el evento, caso contrario no se procederá al servicio.

En caso de cancelación del contratista no abra devolución del 50% del dinero cobrado.

En caso de incumplimiento de parte de la empresa se procederá a la devolución del adelanto más el 100% del precio del servicio contratado.

La indumentaria como son inmuebles se alquilaran por 24 horas, si no se devuelve el producto en este lapso de tiempo se cobrará como un día más de alquiler de los productos.



En el caso de pérdida, daño o rotura de cualquiera de los productos de inmobiliaria de alquiler de parte del contratista, deberá pagar el total del costo del artículo.

## **5.6.7. Comercialización**

### **5.6.7.1. *Estrategia de Publicidad del Servicio.***

La oferta del Servicio de Catering consideró los medios de comunicación a través de los cuales acceden los consumidores de la ciudad de Otavalo, los que más se difunden son los medios radiales en los cuales se da a conocer los servicios mediante cuñas radiales, para conocer nuevos productos gastronómicos y de servicios, también se tomó en cuenta la distribución de volantes publicitarios, además se propone publicidad en páginas WEB, de blogs de publicidad comercial que son abierta al público, que permite conocer la información del producto y atraer a más clientes. De la misma manera se busca convenios con empresas de recepciones, transportes, medios publicitarios y empresas públicas y privadas.

### **5.6.7.2. *Estrategia de Promoción.***

La estrategia promocional para la propuesta, está conformada de paquetes de servicios de Catering a los pobladores de Otavalo, que contengan servicios de alimentación, decoración, amoblado, indumentaria, bajilla, cristalería, cubertería, mantelería y bebidas, incluidas en un paquete de elección con costos que varían de acuerdo al tipo de servicios que seleccione el cliente y la cantidad de personas que acudan al evento.

Convenios con empresas radiales en las cuales se promocióne la empresa mediante concursos, para la adquisición del servicio de ambientación o bocaditos por parte de la empresa de Catering y eventos “Chedar”.

La promoción de la empresa mediante el uso de disfraces para distribuir volantes.

También se realiza promoción indirecta al utilizar la marca de la empresa “Chedar” en los uniformes de los empleados.

## **5.6.8. Localización del proyecto.**

### **5.6.8.1. Marco localización del Proyecto.**

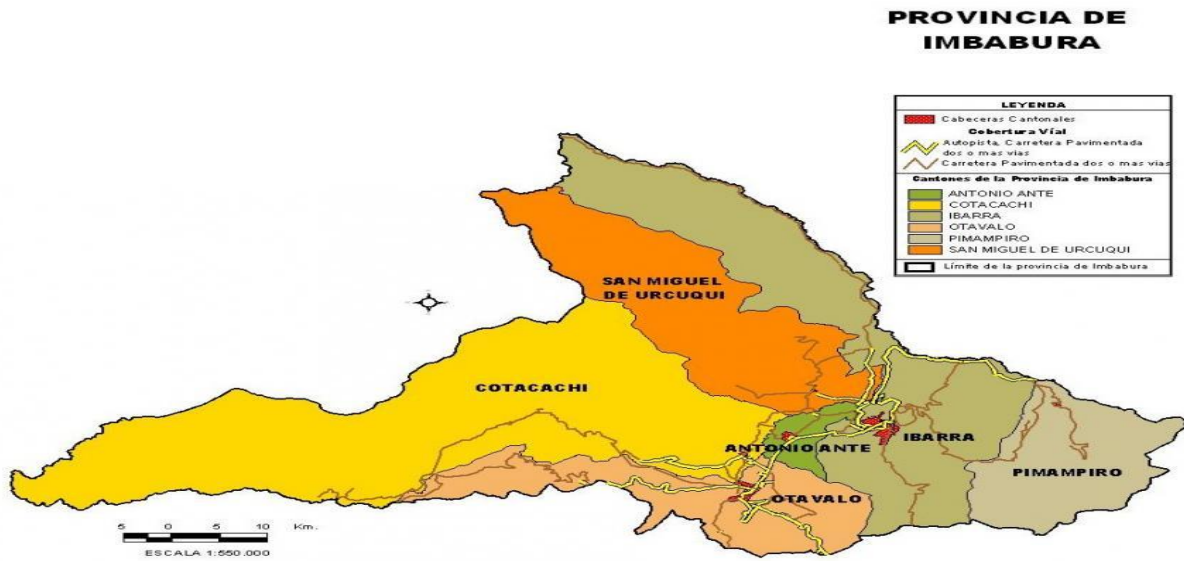
**País:** Ecuador

**Provincia:** Imbabura

**Cantón:** Otavalo

La empresa de Catering Chedar está ubicada en el cantón Otavalo, Provincia de Imbabura, diagonal a la Iglesia El Jordán entre las calles (Bolívar entre Olmedo y Mejía, N° - 05).

La ubicación es de fácil acceso para la población por estar en el centro de la ciudad cerca del parque municipal.



**Gráfico 25. División Política Provincial**

**Fuente:** División política administrativa de Imbabura, 2010.

**Elaborado por:** WordPres.com (Mr WordPress 2010)



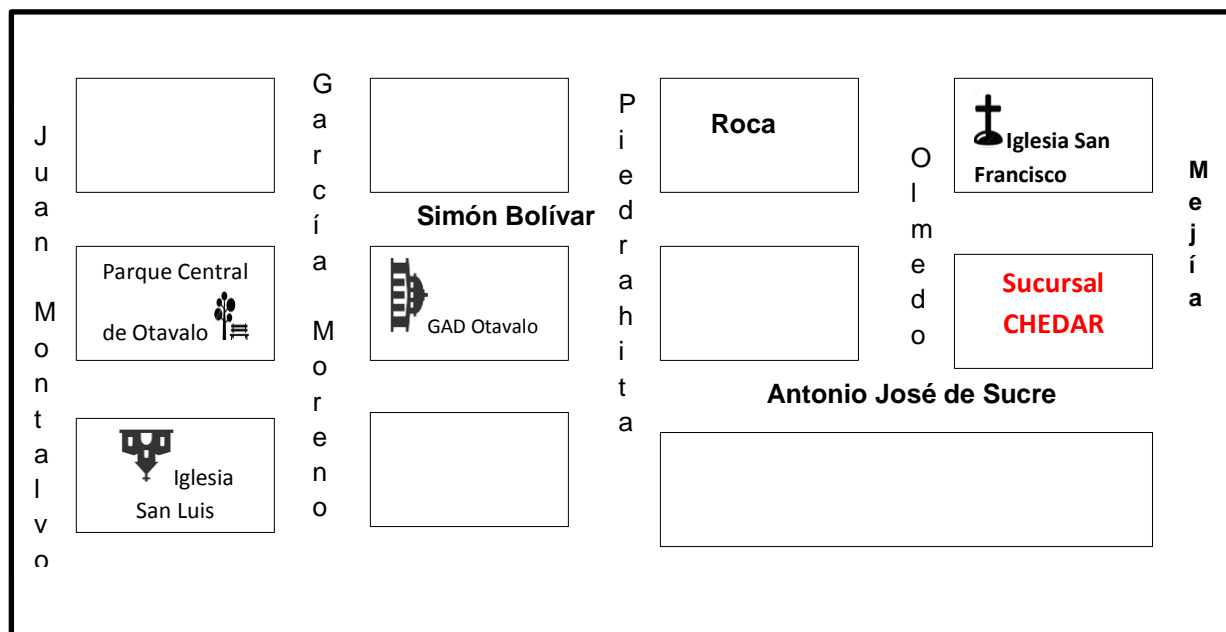
**Gráfico 26. División Política Cantonal.**

**Fuente:** División política administrativa del GMO, 2011

**Elaborado por:** GMO, 2011

### 5.6.8.2. *Micro localización del Proyecto.*

La empresa se localiza en la parroquia El Jordán, centro de la ciudad, cerca del parque central de la ciudad ubicado diagonal a la Iglesia El Jordán, calle Bolívar entre Olmedo y Mejía, N° 4-05.



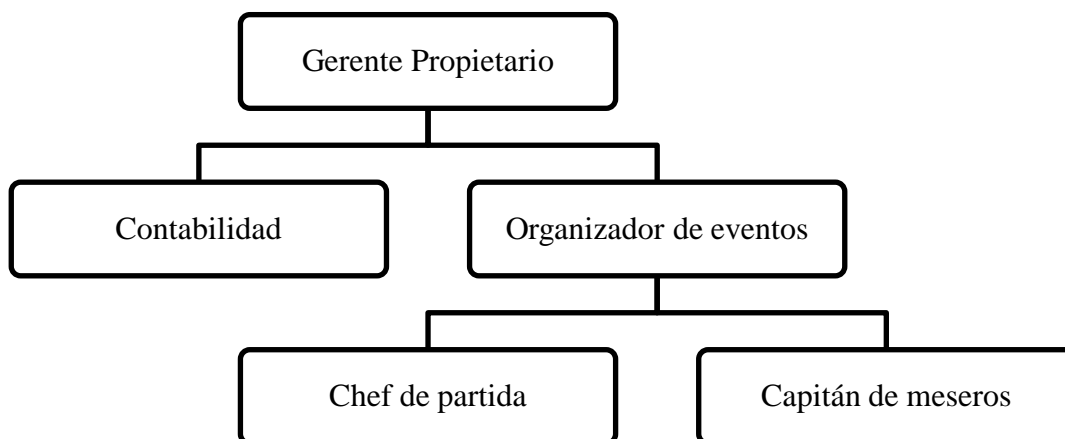
**Gráfico 27. Croquis de localización de la sucursal de la empresa.**

**Elaborado por:** Deysi Moreno

### 5.6.9. **Distribución, equipamiento y diseño del Proyecto.**

En la ingeniería del proyecto se analiza información que permita una evaluación económica y técnica, la cual proporciona bases técnicas sobre el diseño y ejecución del proyecto.

### 5.6.10. Organigrama estructural de la empresa



**Gráfico 28. Organigrama estructural de la empresa.**

**Elaborado por:** Deysi Moreno

### 5.6.11. Manual de actividades, funciones y perfil del puesto de la empresa.

En el manual de actividades, funciones y perfil del puesto se describe los requisitos de cada área al igual que las actividades de cada empleado, en este documento se especifica:

Área,

Cargo,

Unidad organizacional a la que corresponde,

Objetivo,

Objetivo del cargo,

Descripción de funciones y

Relaciones de coordinación, funciones.

## Área administrativa

### 5.6.11.1. Funciones del Gerente Propietario (Administrador de empresas)

**Tabla 38.**

*Funciones del Gerente Propietario (Administrador de empresas).*

---

<b>Nombre del puesto:</b>	<b>Gerente propietario (Administración de empresas)</b>
---------------------------	---

---

<b>Código.:</b>	M70.04.a.1
<b>Sector:</b>	Actividades de oficinas principales actividades de consultoría de gestión.
<b>Familia:</b>	Actividades tipo servicio
<b>Eje tecnológico:</b>	Supervisión y gestión de otras unidades de la misma compañía o empresa asumiendo la planificación estratégica organizativa y la función de toma de decisiones de la compañía o empresa; ejerciendo el control operativo y la gestión de las operaciones corrientes de las otras unidades: oficinas principales oficinas administrativas centralizadas sedes oficinas de distrito regionales y oficinas subsidiarias de gestión.

#### **Descripción del puesto**

Gestionar las distintas áreas de la empresa en niveles de estrategia, operación y administración, estableciendo objetivos e indicadores de gestión en relación a las tendencias del mercado.

---

---

### **Especificación del puesto**

Administrar procesos de planificación y comercialización de la empresa de acuerdo a los procedimientos establecidos.

Gestionar procesos administrativos, financieros, operacionales, recursos humanos y logísticos de la empresa de acuerdo a los procedimientos establecidos.

### **Funciones generales**

Identificar oportunidades de negocio, estableciendo estrategias de acuerdo a las preferencias y tendencias de mercado.

Diseñar y ejecutar las estrategias de comercialización y marketing de la empresa de acuerdo a los procedimientos establecidos.

Administrar las finanzas y sistema de costos de acuerdo a la normativa vigente.

Administrar los procesos contables y tributarios de acuerdo a la normativa vigente.

Administrar los recursos humanos de acuerdo a la normativa vigente.

Organizar y supervisar los procesos operacionales y administrativos de la empresa.

Ejecutar operaciones de soporte del negocio (logística y producción) de acuerdo a los procedimientos establecidos.

---

**Fuente:** (Sistema Nacional De Cualificaciones y Capacitacion Profesional (SETEC) 2016)

**Elaborado por:** Deysi Moreno

**Tabla 39.***Perfil del puesto.*

<b>Perfil del puesto del Gerente propietario (Administrador de empresas)</b>			
<b>Edad:</b> 23-45	<b>Sexo:</b> no imprescindible	<b>Estado civil:</b> no imprescindible	<b>Necesidad de viajar:</b> Si            Ocasionalmente
<b>Nivel de instrucción:</b> Superior		Administrador de empresas	
<b>Experiencia laboral:</b> 3 años			
<b>En que funciones y/o puestos similares:</b> Técnico, administración de empresas.			
<b>Idioma:</b> Inglés 50%			
<b>Conocimiento de:</b> Software, computador, herramientas de Office,			
<b>Comentarios:</b> Encargado de la empresa, indispensable su trabajo.			
<b>Disponibilidad:</b> Completa	<b>Horario:</b> Fijo		<b>Salario:</b> \$ 382.69
<b>Fecha:</b> .....	_____		_____
	<b>Firma Empleado</b>		<b>Firma Gerente</b>

**Fuente:** (Sistema Nacional De Cualificaciones y Capacitacion Profesional (SETEC) 2016)**Elaborado por:** Deysi Moreno



**Tabla 40.****Competencias.**

<b>Unidad de competencia</b>	
<b>Unidad de competencia 1</b>	Administrar procesos de planificación y comercialización de la empresa de acuerdo a los procedimientos establecidos.
<b>Unidad de competencia 2</b>	Gestionar procesos administrativos, financieros, operacionales, recursos humanos y logísticos de la empresa de acuerdo a los procedimientos establecidos.

**Fuente:** (Sistema Nacional De Cualificaciones y Capacitacion Profesional (SETEC) 2016)

**Elaborado por:** Deysi Moreno

**Tabla 41.****Competencias, Plan de Capacitación y desarrollo.**


---

**Competencias, Plan de Capacitación y desarrollo.**

---

<b>Competencia a desarrollar</b>	<b>Unidad</b>	<b>Criterios de Desempeño</b>
<b>Unida de competencia 1</b>	<b>EC1:</b> Identificar oportunidades de negocio, estableciendo estrategias de acuerdo a las preferencias y tendencias de mercado.	Identifica las necesidades y deseos de los clientes a los que apuntan los servicios y/o productos que la empresa ofrece, a través de la aplicación de diversos mecanismos como encuestas, entre otros.  Segmenta y caracteriza al público al que se dirige el negocio, según los productos que la empresa ofrece.  Evalúa y determina las capacidades de la empresa para satisfacer las demandas de los clientes según los productos y/o servicios ofertados, considerando variables como costos, calidad, disponibilidad, referencias, oportunidad y otros.

---

---

**EC2:** Diseñar y ejecutar las estrategias de comercialización y marketing de la empresa de acuerdo a los procedimientos establecidos.

Aplica técnicas de planificación (FODA) para identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades, y amenazas según los productos y/o servicios que la empresa ofrece.

Selecciona y diseña productos y servicios que signifiquen ventajas competitivas y diferenciadas en la oferta de la empresa.

Define los objetivos estratégicos, metas, las líneas de acción y los principales indicadores en base a los productos y/o servicios que ofrece la empresa (plan estratégico y operativo).

Establece los valores de los productos y/o servicios que ofrece la empresa, considerando diversas variables como precios del mercado, costos, utilidades, inversiones, entre otras.

Organiza y diseña el lugar de venta, aplicando criterios de calidad, higiene, seguridad y distribución.

Define e implementa las estrategias de comercialización según el mercado objetivo (clientes, segmento, canales de comunicación).

---

---

<b>Unidad de competencia 2</b>	<b>EC1:</b>	Administrar las finanzas y sistema de costos de acuerdo a la normativa vigente.	Analiza, cotiza y sugiere la compra de materias primas, insumos y equipos requeridos en función de los productos y/o servicios que ofrece la empresa. Calcula y define el margen de venta de los productos y/o servicios que ofrece la empresa, considerando el tiempo, costos fijos y variables –entre otros-. Evalúa y analiza la adquisición de créditos, considerando el flujo económico generado por la empresa. Proyecta un flujo de dinero que permita mantener las operaciones de la empresa (cash flow).
	<b>EC2:</b>	Administrar los procesos contables y tributarios de acuerdo a la normativa vigente.	Realiza y/o supervisa las actividades contables y tributarias de acuerdo a los procedimientos definidos por la empresa y cumplimiento la normativa vigente.
	<b>EC3:</b>	Administrar los recursos humanos de acuerdo	Lidera y motiva a los equipo de trabajo de la empresa para alcanzar el desarrollo profesional y lograr productividad.

---

---

a la normativa vigente.	Define y describe los roles y responsabilidades de los trabajadores de la empresa, según los requerimientos y la legislación laboral vigente (manual de funciones).  Gestiona los diversos subsistemas de recursos humanos (reclutamiento, selección, capacitación, evaluación, remuneraciones, relaciones laborales) de acuerdo a los procedimientos establecidos en la empresa.  Resuelve problemas de operación originados en absentismo, rotación, relaciones interpersonales, asuntos legales –entre otros-.
<b>EC4:</b> Organizar y supervisar los procesos operacionales y administrativos de la empresa.	Define los principales procesos para el funcionamiento de la empresa.  Diseña y aplica sistemas de monitoreo y supervisión de las actividades de la empresa y el personal, promoviendo la mejora continua de la calidad de los procesos.  Implementa sistemas de mejora continua en los procesos de la empresa.  Supervisa y/o ejecuta inventarios y seguimientos de stock de productos necesarios para la operación de la empresa con el uso de tics.

---

---

**EC5:** Ejecutar operaciones de soporte del negocio (logística y producción) de acuerdo a los procedimientos establecidos. Analiza y determina las capacidades instaladas de producción y/o entrega de servicios, con el fin de minimizar la capacidad ociosa de la empresa. Coordina con los diversos proveedores la logística que requiere la operación del negocio, evaluando la calidad del servicio de cada proveedor. Define, coordina y supervisa los canales de distribución de los productos de acuerdo a las necesidades de los clientes y la capacidad logística de la empresa.

---

**Fuente:** (Sistema Nacional De Cualificaciones y Capacitacion Profesional (SETEC) 2016)

**Elaborado por:** Deysi Moreno

### 5.6.11.2. Funciones del contador.

**Tabla 42.**

*Especificación del puesto del contador.*

<b>Nombre del puesto:</b>	<b>Contador</b>
<b>Código.:</b>	M69.02
<b>Sector:</b>	Actividades jurídicas y de contabilidad
<b>Familia:</b>	Servicios financieros
<b>Eje tecnológico:</b>	Actividades de contabilidad, teneduría de libros y auditoría; consultoría fiscal.

#### **Descripción del puesto**

Asistir en el registro y cálculo de la información financiera contable en empresas e instituciones públicas, privadas, con sujeción a las leyes, normas, principios y procedimientos contables, laborales, tributarios y mercantiles, de acuerdo al avance tecnológico, con eficacia, eficiencia, economía y ética profesional.

#### **Especificación del puesto**

Asistir en la ejecución del proceso contable con la finalidad de establecer la situación económica financiera, en empresas e instituciones tanto públicas como privadas.

Calcular los impuestos generados en la compra, venta, de bienes y servicios, de personas

---

naturales y sociedades.

Apoyar en actividades administrativas con afectación contable referidas al pago de nómina, control de bienes y sistematización de la documentación de la empresa.

Registrar los movimientos contables de los productos y servicios prestados, así como transacciones operativas internas aplicando principios y normas contables.

Calcular costos y márgenes de utilidad de los procesos de producción y venta de bienes en empresas industriales.

### **Funciones generales**

Determinar la validez de los documentos fuente, sobre la base de la normativa vigente.

Elaborar los registros de entrada original, aplicando las normas legales vigentes.

Conciliar la información entre el libro mayor y sus auxiliares en el proceso contable según la normativa aplicable.

Determinar la razonabilidad de los saldos de cada una de las cuentas contables expresadas en los estados financieros.

Apoyar en la estructuración de los estados financieros para demostrar la situación económica y financiera de la empresa.

---

**Fuente:** (Sistema Nacional De Cualificaciones y Capacitacion Profesional (SETEC) 2016)

**Elaborado por:** Deysi Moreno



**Tabla 43.***Perfil del puesto.*

<b>Perfil del puesto del contador</b>			
<b>Edad:</b> 23-35	<b>Sexo:</b> no imprescindible	<b>Estado civil:</b> no imprescindible	<b>Necesidad de viajar:</b> Si            Ocasionalmente
<b>Nivel de instrucción:</b> Superior		Contador Público Autorizado	
<b>Experiencia laboral:</b> 3 años			
<b>En que funciones y/o puestos similares:</b> Asistente de contabilidad, auxiliar de contabilidad, empelado, contabilidad.			
<b>Idioma:</b> no indispensable			
<b>Conocimiento de:</b> Software, medios informáticos, página web del SRI, IESS y otros. Calculadora, copiadora, telefax, computadora, teléfono, internet, Excel, office, Microfilmadora.			
<b>Comentarios:</b> Cada año se necesitara otro vacante.			
<b>Disponibilidad:</b> Completa	<b>Horario:</b> Fijo		<b>Salario:</b> \$ 369.40
<b>Fecha:</b> .....	_____		_____
	<b>Firma Empleado</b>		<b>Firma Gerente</b>

**Fuente:** (Sistema Nacional De Cualificaciones y Capacitacion Profesional (SETEC) 2016)**Elaborado por:** Deysi Moreno

**Tabla 44.***Competencias.*

<b>Unidad de competencia</b>	
<b>Unidad de competencia 1</b>	Asistir en la ejecución del proceso contable con la finalidad de establecer la situación económica financiera, en empresas e instituciones tanto públicas como privadas.
<b>Unidad de competencia 2</b>	Calcular los impuestos generados en la compra, venta, de bienes y servicio, de personas naturales y sociedades.
<b>Unidad de competencia 3</b>	Apoyar en actividades administrativas con afectación contable referidas al pago de nómina, control de bienes y sistematización de la documentación de la empresa.
<b>Unidad de competencia 4</b>	Registrar los movimientos contables de los productos y servicios prestados, así como transacciones operativas internas aplicando principios y normas contables.
<b>Unidad de competencia 5</b>	Calcular costos y márgenes de utilidad de los procesos de producción y venta de bienes en empresas industriales.

---

**Fuente:** (Sistema Nacional De Cualificaciones y Capacitacion Profesional (SETEC) 2016)

**Elaborado por:** Deysi Moreno

**Tabla 45.***Competencias, Plan de Capacitación y desarrollo.*


---

<b>Competencias, Plan de Capacitación y desarrollo.</b>		
<b>Competencia a desarrollar</b>	<b>Unidad</b>	<b>Criterios de Desempeño</b>
<b>Unidad de competencia 1</b>	<b>EC1:</b> Determinar la validez de los documentos fuente, sobre la base de la normativa vigente.	<p>Verifica el cumplimiento de los requisitos legales vigentes en la elaboración de los documentos fuente.</p> <p>Compara los valores establecidos en los documentos en relación a las transacciones realizadas de los bienes y servicios.</p> <p>Investiga la procedencia u origen de la documentación fuente, con la finalidad de determinar si es válida o no la información.</p>
	<b>EC2:</b> Elaborar los registros de entrada original, aplicando las normas legales vigentes.	<p>Clasifica las cuentas deudoras y acreedoras de acuerdo a la codificación contable utilizada en sujeción a las normas legales vigentes.</p> <p>Aplica los principios de contabilidad generalmente aceptados, denominados PCGA.</p>

---

---

Registra en el libro diario la transacción, en forma manual o computarizada.

Archiva sistemáticamente los documentos fuente.

Respalda la información en soporte físico y magnético.

**EC3:** Conciliar la información entre el libro mayor y sus auxiliares en el proceso contable según la normativa aplicable. Ajusta los valores debitados y acreditados de cada uno de las cuentas de los mayores generales con su respectivo auxiliar.

Verifica la igualdad de los saldos deudores y acreedores.

Emite documentos claros y precisos para transmitir una adecuada información del estado contable de la empresa.

**EC4:** Determinar la razonabilidad de los saldos de cada una de las cuentas contables expresadas en los estados financieros. Analiza el saldo de cada una de las cuentas.

Registra los asientos contables de ajustes, reclasificaciones y regulaciones.

Mayoriza los ajustes para determinar los valores reales de las cuentas contables.

estados financieros.

**EC5:** Apoyar en la estructuración de los estados financieros. Establece el resultado del periodo contable.

Calcula la distribución de las utilidades del ejercicio.

---

---

	<p>financieros para demostrar la situación económica y financiera de la empresa.</p>	<p>Contabiliza el resultado del periodo contable y los asientos de cierre.</p> <p>Elabora el estado de situación financiera con sus respectivos anexos.</p> <p>Establece la conciliación tributaria.</p> <p>Realiza el estado de flujo del efectivo y cambios del patrimonio.</p>
<b>Unidad de competencia 2</b>	<p><b>EC1:</b> Revisar la documentación de respaldo de las transacciones, aplicando la normativa vigente.</p>	<p>Seleccionan los documentos que justifican cada transacción financiera contable.</p> <p>Revisa la aplicación de la normativa vigente en la elaboración de los documentos fuente.</p> <p>Devuelve al departamento respectivo para su corrección la documentación que no corresponda o esté incompleta.</p> <p>Verifica la información contenida en los documentos de respaldo de cada transacción.</p>
	<p><b>EC2:</b> Calcular los impuestos generados en las transacciones comerciales por la compra, venta de bienes o servicios, de</p>	<p>Considera las fechas máximas para la declaración y pago de los impuestos.</p> <p>Efectúa el cruce de información entre los registros auxiliares y los mayores generales de los impuestos correspondientes al periodo.</p> <p>Apoya en la liquidación de los impuestos causados o determina el crédito</p>

---

---

personas naturales y sociales. tributario.

Elabora los formularios de declaración de impuestos de manera manual o a través de sistemas informáticos como DIMM y REOC.

**EC3:** Calcular el crédito tributario, de acuerdo a lo establecido en la LORTI y ley de equidad tributario. Calcula el pago de los impuestos en las fechas correspondientes y solicita autorización para su cancelación a través de la red bancaria, por internet u otra disposición del organismo de control. Calcula multas e intereses por mora.

### Unidad de competencia 3

**EC1:** Calcular beneficios, horas extra, horas extraordinarias, suplementarios, suministros y materiales de oficina, registros de gastos y compra de bienes activos en la empresas e instituciones tanto públicas. Elabora y remite los documentos al área competente referente a nomina, gastos, compra de bienes y servicios. Elabora los reportes e informes de asistencia del personal para roles o nóminas de pago. Mantiene el archivo de la documentación del personal, o nomina, actualizado y respaldado en medios magnéticos y físicos.

---

---

como privadas.

**EC2:** Colaborar activamente en la administración, adquisición y custodia de los bienes de las empresas e instituciones tanto públicas como privadas, de acuerdo a las disposiciones vigentes.

Mantiene actualizada la base de datos de los proveedores.

Cumple con las normas y los procedimientos establecidos en el reglamento interno para la adquisición de bienes.

Archiva de manera sistemática la documentación relacionada con las adquisiciones.

Gestiona dar de baja los bienes según el reglamento y normativa vigente.

**EC3:** Apoyar en el control y sistematización de la documentación física y magnética de la empresa de manera cronológica.

Codifica la documentación financiera contable de acuerdo con las normas internas de la empresa.

Solicita el tramite pertinente de la documentación que cumplió su tiempo de uso reglamentario.

Registra la entrega de fotocopias certificadas de documentos solicitados por los organismos de control y otros.

**Unidad de competencia 4**    **EC1:** Realizar la verificación y Prepara la documentación de acuerdo a la naturaleza de la transacción.

---

---

registro de documentos de Revisa que la documentación de respaldo de cada transacción, este completa y respaldo de las transacciones bien elaborada.

financieras tanto de los bienes Tramita la aprobación de la operación financiera con la documentación como de los servicios que respectiva.

hayán sido comprados, Sistematiza la documentación generada en la operación financiera. contratado o prestados.

**EC2:** Contabilizar las Codifica los movimientos contables de las operaciones aplicando el catálogo transacciones financieras de cuentas emitido por la entidad de control.

utilizando el sistema Ingresar la información contable al sistema informático de la institución informático. financiera.

**EC3:** Apoyar en la generación Verifica los saldos de las cuentas con los mayores generales y sus respectivos de reportes e informes de los auxiliares.

estados financieros de acuerdo Apoya en la generación de los estados financieros utilizando medios a la estructura interna. informáticos especializados.

Apoya en la elaboración del informe financiero.

---



---

<b>Unidad de competencia 5</b>	<b>EC1:</b> Elaborar papel de trabajo	Revisa y emite la documentación de acuerdo a los requerimientos del centro de los cálculos realizados en de producción.
		relación al costo y márgenes de utilidad de los bienes y servicios prestados.
		Calcula y tramita la documentación del centro de producción para su aprobación.
	<b>EC2:</b> Clasificar la documentación recibida de acuerdo al concepto del costo y gasto de las transacciones.	Identifica los desembolsos de las transacciones efectuadas. Clasifica los egresos de acuerdo, tanto al concepto como de la naturaleza.
	<b>EC3:</b> Identificar los elementos del costo de producción de bienes y servicios de acuerdo a la normativa contable.	Cuantifica los costos directos e indirectos de fabricación. Utiliza las formulas del costo de producción de bienes. Calcula el punto de equilibrio.

---

---

<b>EC4:</b> Aplicar el sistema de costos de producción en la empresa de acuerdo a la normativa contable vigente.	Apoya en la elaboración de los presupuestos de costos requeridos. Aplica el sistema de costos de producción definido por la empresa. Elabora los auxiliares de control del costo de producción como soporte de los presupuestos.  Ingresa al sistema los valores de los inventarios físicos de la materia prima directa e indirecta, productos en proceso, productos terminados y se concilia con los auxiliares de control respectivos.
<b>EC5:</b> Establecer el costo de producción y ventas de acuerdo a las operaciones registradas.	Analiza y codifica la documentación soporte de las operaciones productivas. Ingresa la información contable al sistema informático especializado disponible.  Apoya en la elaboración de los informes del costo de producción en base de los resultados generados por el sistema informático.

---

---

Remite al departamento de contabilidad el estado de costo de producción y venta y sus anexos, para su integración a los procesos generales de contabilidad.

---

**Fuente:** (Sistema Nacional De Cualificaciones y Capacitacion Profesional (SETEC) 2016)

**Elaborado por:** Deysi Moreno

### 5.6.11.3. *Funciones de Organización de eventos*

**Tabla 46.**

*Funciones de Organización de eventos.*

---

<b>Nombre del puesto:</b>	<b>Organizador de eventos</b>
<b>Código.:</b>	B08.03
<b>Sector:</b>	Actividades creativas, artísticas y de entretenimiento.
<b>Familia:</b>	Actividades comunitarias
<b>Eje tecnológico:</b>	Actividades creativas, artísticas y de entretenimiento

---

#### **Descripción del puesto**

El organizador de eventos se ocupa, principalmente, de planificar, organizar, promocionar, comercializar espacios, productos, servicios y administrar los recursos para la realización de eventos.

#### **Especificación del puesto**

Identificar el evento.

Comercializar espacios y servicios de eventos.

Coordinar pre-evento.

Coordinar la realización del evento.

---

---

Coordinación pos-evento.

Asegurar la rentabilidad.

Operar equipos.

Velar por la seguridad y privacidad del cliente y de los participantes.

Asegurar la satisfacción del cliente.

---

**Fuente:** (Sistema Nacional De Cualificaciones y Capacitacion Profesional (SETEC) 2016)

**Elaborado por:** Deysi Moreno

**Tabla 47.***Perfil del puesto.*

<b>Perfil del puesto de Organizador de eventos</b>			
<b>Edad:</b> 23-35	<b>Sexo:</b> no imprescindible	<b>Estado civil:</b> no imprescindible	<b>Necesidad de viajar:</b> Si            Ocasionalmente
<b>Nivel de instrucción:</b> Superior		Operador de seguridad alimentaria	
<b>Experiencia laboral:</b> 2 años			
<b>En que funciones y/o puestos similares:</b> Actividades comunitarias			
<b>Idioma:</b> inglés 50%			
<b>Conocimiento de:</b> Software, programación y base de datos.			
<b>Comentarios:</b> Sera totalmente responsable en la entrega del contrato del evento, sin tener contratiempos. Cada año se necesitara otro vacante.			
<b>Disponibilidad:</b> Completa	<b>Horario:</b> rotativo	<b>Salario:</b> \$ 372.48	
<b>Fecha:</b> .....	_____	_____	
	<b>Firma Empleado</b>	<b>Firma Gerente</b>	

**Fuente:** (Sistema Nacional De Cualificaciones y Capacitacion Profesional (SETEC) 2016)

**Elaborado por:** Deysi Moreno

**Tabla 48.***Plan de Capacitación y desarrollo.*

<b>Competencias, Plan de Capacitación y desarrollo</b>		
<b>Competencia a desarrollar</b>	<b>Unidad</b>	<b>Criterios de Desempeño</b>
<b>Unida de competencia 1</b>	<b>EC1:</b> Identificar el evento.	<p>Analizar datos de investigaciones de mercado para estar acorde a las tendencias.</p> <p>Identificar la oportunidad y posibilidad de patrocinio y apoyo.</p> <p>Realizar estudios de factibilidad del evento.</p> <p>Identificar y analizar las características del evento.</p> <p>Identificar el perfil del público objetivo y expectativa de número de participantes.</p> <p>Definir el objetivo y resultados esperados.</p> <p>Identificar lugar, estructura y servicios necesarios, complementarios y de terceros.</p> <p>Analizar y definir cronogramas y calendario.</p> <p>Planear la programación técnica.</p> <p>Planificar o programar actividades técnicas.</p>

---

	Definir productos y servicios adicionales.
	Elaborar estrategia de promoción, comunicación y divulgación.
	Organizar el evento.
<b>EC2:</b>	Comercializar
espacios y servicios de	Identificar al cliente potencial.
eventos.	Mantener contacto con el cliente.
	Elaborar y analizar la propuesta, elaborar el contrato o acuerdo y determinar los términos de responsabilidades.
	Actuar como relacionador público, vendedor y comprador.
	Establecer acuerdos y alianzas comerciales de conformidad con las políticas de la empresa.
	Evaluar resultados.
	Negociar precios y formas de pago del espacio y servicios del establecimiento acorde a las políticas.
	Controlar agenda.
	Recibir y encaminar el pago de anticipos.
	Identificar productos y servicios adicionales de la competencia en el mercado.

---



---

		Analizar flujo de ventas.
		Captar patrocinios, apoyo y recursos.
<b>EC3:</b>	Coordinar	Definir metas, acciones estratégicas y logística.
	Pre-	Escoger proveedores y prestadores de servicios.
	evento.	Formar equipos de trabajo.
		Obtener autorización por parte del cliente para la entrega de servicios extras no establecidos en el contrato.
		Controlar gastos.
		Elaborar protocolo y reglamento para el evento.
		Cuidar de los procedimientos legales y de seguros.
		Coordinar y controlar la lista de participantes, invitados y expositores.
		Elaborar la lista de chequeo de la organización del evento.
		Coordinar la organización de un archivo informativo y portafolio de evento.
		Examinar y dimensionar equipos, instalación, muebles, señalización y materiales diversos.
		Analizar los riesgos y definir la cobertura de seguro.

---

---

	Mantener flujo de información con otras áreas o departamentos.
<b>EC4:</b> Coordinar la realización del evento.	Determinar el equipo de trabajo que participará en el evento y su programación. Administrar contratos, acuerdos y alianzas. Coordinar el transporte y montaje del material de publicidad y equipos necesarios para el evento. Supervisar el equipo de servicios. Tendera los medios de comunicación. Observar higiene, limpieza y presentación de funcionarios y prestadores de servicios. Acompañar en la realización del evento. Anticipar correctivos. Orientar el desmontaje del evento. Acompañar en la apertura y clausura del evento.
<b>EC5:</b> Coordinar post-evento.	Controlar y coordinar los pagos a proveedores contratados. Elaborar y presentar informes financieros y solicitudes de requisición. Presentar la evaluación global del evento. Generar informes de la comercialización del evento.

---

---

			Realizar el contacto Post-evento con el cliente.
<b>Unidad de competencia 2</b>	<b>EC1:</b> Asegurar la rentabilidad.		Impulsar nuevos negocios.
			Mantenerse informado sobre todos los aspectos del establecimiento, nuevas tecnologías y negocios.
			Establecer y mantener la red de contactos.
			Incentivar y desarrollar acciones motivadoras, de cooperación, participación y compromiso de equipo.
			Analizar resultados frente a los estándares de calidad definidos.
	<b>EC2:</b> Operar equipos.		Operar teléfono, fax, computador, impresora, copiadora, calculadora, radio transmisor, equipo audiovisual y equipo de incendio.
	<b>EC3:</b> Velar por la seguridad y privacidad del cliente y de los participantes.		Asegurar la privacidad de la información del cliente y de los participantes.
		Supervisar el control de acceso al evento.	
		Dirigir y aplicar medidas preventivas o de auxilio en caso de accidentes o emergencia.	
.	<b>EC1:</b> Asegurar la		Orientar y acompañar en la atención de clientes y participantes, clientes importantes

---

---

satisfacción del cliente. (vip) o con necesidades especiales.

Prevenir y gestionar problemas.

Controlar y mantener estándares de calidad.

Asegurar el cumplimiento de la oferta de un servicio personalizado.

Efectuar la evaluación final junto al cliente o participante.

---

**Fuente:** (Sistema Nacional De Cualificaciones y Capacitacion Profesional (SETEC) 2016)

**Elaborado por:** Deysi Moreno

#### 5.6.11.4. *Funciones del Chef de Partida.*

**Tabla 49.**

*Funciones del Chef de Partida.*

<b>Nombre del puesto:</b>	<b>Chef de partida</b>
<b>Código.:</b>	C10.27
<b>Sector:</b>	Elaboración de productos alimenticios
<b>Familia:</b>	Turismo y alimentación
<b>Eje tecnológico:</b>	Elaboración de comidas y platos preparados

#### **Descripción del puesto**

Preparar alimentos y bebidas de acuerdo a procedimientos y técnicas establecidas, cumpliendo las normas de seguridad alimentaria.

#### **Especificación del puesto**

Planificar las actividades previas a la preparación de alimentos y bebidas de acuerdo a procedimientos establecidos (mise en place).

Preparar alimentos y/o bebidas de acuerdo a la comanda o requerimiento, tomando en consideración normas de higiene y seguridad alimentaria.

Realizar el montaje y despacho del plato de acuerdo a procedimientos establecidos.

#### **Funciones generales**

Cumplir las normas de presentación e higiene personal de acuerdo a protocolos de los

---

establecidos.

Verificar las condiciones del área de acuerdo a normas de salud y seguridad en el trabajo.

Realizar la preparación y selección de equipos, utensilios y menaje de acuerdo al tipo de preparación.

Preparar los ingredientes de acuerdo a la orden de producción o requerimiento establecido.

Verificar el número de porciones y peso por porción, de acuerdo a la receta estándar, tipo de menú, carta o evento.

Aplicar técnicas de cocción de acuerdo a la orden de producción o requerimiento establecido, en base a las buenas prácticas de manufactura (bpm).

Comprobar la cocción y sabores de los alimentos elaborados o preparados.

Presentar el plato con el producto final tomando en consideración las normas de higiene.

---

**Fuente:** (Sistema Nacional De Cualificaciones y Capacitación Profesional (SETEC) 2016)

**Elaborado por:** Deysi Moreno

**Tabla 50.***Perfil del puesto.*

<b>Perfil del puesto del chef de partida</b>			
<b>Edad:</b> 23-35	<b>Sexo:</b> no imprescindible	<b>Estado civil:</b> no imprescindible	<b>Necesidad de viajar:</b> Si            Ocasionalmente
<b>Nivel de instrucción:</b> Superior		Tecnólogo en gastronomía / Licenciado en gastronomía	
<b>Experiencia laboral:</b> 3 años			
<b>En que funciones y/o puestos similares:</b> Chef, Jefe de cocina, Cocinero, Chef ejecutivo.			
<b>Idioma:</b> Inglés 50%			
<b>Conocimiento de:</b> Software, manejo de equipos industriales.			
<b>Comentarios:</b> Cada año se necesitara otro vacante.			
<b>Disponibilidad:</b> Completa	<b>Horario:</b> Fijo	<b>Salario:</b> \$ 371.53	
<b>Fecha:</b> .....	_____	_____	
	<b>Firma Empleado</b>	<b>Firma Gerente</b>	

**Fuente:** (Sistema Nacional De Cualificaciones y Capacitacion Profesional (SETEC) 2016)

**Elaborado por:** Deysi Moreno

**Tabla 51.***Competencias.*


---

<b>Unidad de competencia</b>	
<b>Unidad de competencia 1</b>	Planificar las actividades previas a la preparación de alimentos y bebidas de acuerdo a procedimientos establecidos (mise en place).
<b>Unidad de competencia 2</b>	Preparar alimentos y/o bebidas de acuerdo a la comanda o requerimiento, tomando en consideración normas de higiene y seguridad alimentaria.
<b>Unidad de competencia 3</b>	Realizar el montaje y despacho del plato de acuerdo a procedimientos establecidos.

---

**Fuente:** (Sistema Nacional De Cualificaciones y Capacitacion Profesional (SETEC) 2016)**Elaborado por:** Deysi Moreno



**Tabla 52.***Plan de Capacitación y desarrollo.*

<b>Competencias, Plan de Capacitación y desarrollo</b>		
<b>Competencia a desarrollar</b>	<b>Unidad 1</b>	<b>Criterios de Desempeño</b>
<b>Unida de competencia 1</b>	<b>EC1:</b> Cumplir las normas de presentación e higiene personal de acuerdo a los protocolos establecidos.	<p>Utiliza el uniforme con todos sus elementos (cofia, camisa/blusa, pantalón, mandil, zapatos antideslizantes) de acuerdo al protocolo establecido.</p> <p>Realiza el lavado y sanitación de manos de acuerdo al procedimiento establecido.</p> <p>Mantiene las uñas y el cabello de acuerdo al protocolo establecido.</p> <p>No utiliza accesorios no permitidos (aretes largos, pulseras, collares, anillos, perfumes, maquillaje, entre otros) de acuerdo al protocolo del establecimiento.</p> <p>Utiliza elementos de protección (guantes, mascarilla, entre otros) según el requerimiento del proceso, de acuerdo a las normas establecidas.</p>
	<b>EC2:</b> Verificar las condiciones del área de	<p>Dosifica los productos de limpieza (antitóxicos y antibacteriales).</p> <p>Realiza la limpieza y sanitación de cocina, mesas, mesones, pisos.</p>

---

acuerdo a normas de salud y seguridad en el trabajo. Verifica las condiciones climáticas del área de trabajo (ventilación, luminosidad, temperatura) y el correcto funcionamiento de los sistemas de extracción e inyección.

**EC3:** Realizar la preparación y selección de equipos, utensilios y menaje de acuerdo al tipo de preparación. Verifica el funcionamiento de los equipos, utensilios y menaje con todos sus elementos, de acuerdo a los manuales del fabricante.

Comprueba la limpieza (oxidación, desinfección) de los equipos, utensilios y de acuerdo al tipo de menaje, de acuerdo a los procedimientos establecidos y normas estandarizadas. Selecciona los equipos, utensilios y menaje a utilizar, de acuerdo a la orden de producción o requerimiento establecido.

**EC4:** Preparar los ingredientes de acuerdo a la orden de producción o requerimiento establecido. Realiza el lavado y desinfección de los productos.

Ejecuta el pelado de los productos -de ser el caso-.

Realiza el corte de productos de acuerdo a la cantidad, tamaño y forma requeridos.

Porcina, conserva (cadena de frío) y pesa el producto.

## **Unidad de competencia 2**

**EC1:** Verificar el número de porciones y peso por porción, de acuerdo a la porción. Establece el balance nutricional (grupos alimenticios, tipos de grasas, proteínas, hidratos de carbono).

Controla que los productos cumplan en calidad y cantidad con los requerimientos

---

---

receta estándar, tipo de de la receta estándar.

menú, carta o evento.

**EC2:** Aplicar técnicas de Identifica y define las técnicas de cocción de acuerdo a los requerimientos del cocción de acuerdo a la cliente (saltar, sellar, hervir, asar, hornear, freír, entre otros.)

orden de producción o Utiliza temperaturas de cocción cumpliendo procedimientos establecidos requerimiento establecido, (termómetro de cocina desinfectado y calibrado).

en base a las buenas

prácticas de manufactura

(BPM).

---

**Fuente:** (Sistema Nacional De Cualificaciones y Capacitacion Profesional (SETEC) 2016)

**Elaborado por:** Deysi Moreno

### 5.6.11.5. *Funciones del Capitán de meseros.*

**Tabla 53.**

*Funciones del Capitán de meseros y decoración.*

<b>Nombre del puesto:</b>	<b>Capitán de meseros</b>
<b>Código.:</b>	I56.01.D.7
<b>Sector:</b>	Servicio de alimento y bebida
<b>Familia:</b>	Turismo y alimentación
<b>Eje tecnológico:</b>	Otras actividades de servicio de comidas

#### **Descripción del puesto**

Atender al cliente y servir alimentos y/o bebidas de acuerdo a procedimientos establecidos, considerando las normas de higiene, seguridad y salud en el trabajo.

#### **Especificación del puesto**

Preparar el área de trabajo, equipos, menaje e imagen personal de acuerdo a normas y procedimientos establecidos.

Presentar el servicio del establecimiento de acuerdo al protocolo de atención al cliente.

Servir alimentos y bebidas de acuerdo al contenido de las comandas elaboradas sobre la base de las necesidades de los clientes.

---

### Funciones generales

Verificar las condiciones del área de trabajo de acuerdo a normas de salud y seguridad.

Verificar las condiciones del menaje (vajilla, cristalería, cubertería, mantelería) a utilizarse en el servicio, de acuerdo a procedimientos establecidos.

Realizar el montaje de mesas, mantelería, cubertería (set up) y vajilla (plato base) dependiendo del tipo de servicio y el requerimiento del cliente.

Verificar el stock de alimentos y bebidas para complementar el servicio.

Verificar las condiciones de apariencia e higiene personal de acuerdo a protocolos establecidos, antes del primer contacto con los clientes.

Presentar el servicio del establecimiento de acuerdo al protocolo de atención al cliente

Realizar la recepción y acomodado del cliente, orientado a satisfacer sus necesidades.

Servir los alimentos utilizando técnicas de servicio, etiqueta y protocolo.

Atender los requerimientos del cliente durante el servicio.

Cerrar el servicio de acuerdo a procedimientos establecidos.

---

**Fuente:** (Sistema Nacional De Cualificaciones y Capacitacion Profesional (SETEC) 2016)

**Elaborado por:** Deysi Moreno

**Tabla 54.***Perfil del puesto.*

<b>Perfil del puesto de Capitán de meseros</b>			
<b>Edad:</b> 23-35	<b>Sexo:</b> no imprescindible	<b>Estado civil:</b> no imprescindible	<b>Necesidad de viajar:</b> Si            Ocasionalmente
<b>Nivel de instrucción:</b> No indispensable		Experiencia en servicio de alimentos y bebidas.	
<b>Experiencia laboral:</b> 3 años			
<b>En que funciones y/o puestos similares:</b> Mesero, Mesero de restaurante / cafetería, camareros de mesas.			
<b>Idioma:</b> Inglés 50%			
<b>Conocimiento de:</b> Software, manejo de equipos industriales.			
<b>Comentarios:</b> Cada año se necesitara otro vacante.			
<b>Disponibilidad:</b> Completa	<b>Horario:</b> Fijo		<b>Salario:</b> \$ 369.62
<b>Fecha:</b> .....	_____		_____
	<b>Firma Empleado</b>		<b>Firma Gerente</b>

**Fuente:** (Sistema Nacional De Cualificaciones y Capacitacion Profesional (SETEC) 2016)**Elaborado por:** Deysi Moreno

**Tabla 55.***Competencias.*


---

<b>Unidad de competencia</b>	
<b>Unidad de competencia 1</b>	Preparar el área de trabajo, equipos, menaje e imagen personal de acuerdo a normas y procedimientos establecidos.
<b>Unidad de competencia 2</b>	Presentar el servicio del establecimiento de acuerdo al protocolo de atención al cliente.
<b>Unidad de competencia 3</b>	Servir alimentos y bebidas de acuerdo al contenido de las comandas elaboradas sobre la base de las necesidades de los clientes.

---

**Fuente:** (Sistema Nacional De Cualificaciones y Capacitacion Profesional (SETEC) 2016)**Elaborado por:** Deysi Moreno

**Tabla 56.***Plan de Capacitación y desarrollo.*

<b>Competencias, Plan de Capacitación y desarrollo</b>		
<b>Competencia a desarrollar</b>	<b>Unidad</b>	<b>Criterios de Desempeño</b>
<b>Unidad de competencia 1</b>	<b>EC1:</b> Verificar las condiciones del área de trabajo de acuerdo a normas de salud y seguridad.	<p>Dosifica los productos de limpieza (antitóxicos y antibacteriales).</p> <p>Realiza la limpieza y sanitación del local o lugar de trabajo.</p> <p>Verifica las condiciones del área de trabajo (ventilación, luminosidad, temperatura) y el funcionamiento de los sistemas de extracción e inyección.</p>
	<b>EC2:</b> Verificar las condiciones del menaje (vajilla, cristalería, cubertería, mantelería) a utilizarse en el servicio, de	<p>Realiza la limpieza, pulido y verificación de la vajilla de acuerdo a sus características, cumpliendo normas de higiene y seguridad.</p> <p>Clasifica la vajilla y cristalería de acuerdo al uso del servicio una vez</p>



---

acuerdo a procedimientos concluido el proceso de limpieza y pulido.  
establecidos.

**EC3:** Realizar el montaje de mesas, mantelería, cubertería (set up) y vajilla (plato base) dependiendo del tipo de servicio y el requerimiento del cliente.

Ubica las mesas y sillas de acuerdo al requerimiento de servicio, buscando la mejor distribución y aprovechamiento del espacio físico (montaje en “u”, “c”, auditorium, tipo escuela, entre otros).

Coloca el complemento de la mesa (petit menage: utensilios auxiliares como saleros, pimenteros, salsas preparadas, mostazas, vinagretas, entre otros) para acompañar el tipo de alimentación ofrecida.

Realiza el mantelado –de ser el caso-(mantel, cubremantel, servilleta) considerando el tipo de mesa (tamaño), tipos de telas (suaves, delgadas, gruesas), y tipo de evento y decoración.

Ubica el plato base y set up (disposición de la cubertería: conjunto de cuchillos, tenedores, cucharas, palitas mantequilleras) de acuerdo al tipo de

---

---

servicio.

**EC4:** Verificar el stock de alimentos y bebidas para complementar el servicio. Informa de novedades de stock de acuerdo al servicio. Realiza la reposición de alimentos y bebidas de acuerdo al servicio.

**EC5:** Verificar las condiciones de apariencia e higiene personal de acuerdo a protocolos establecidos, antes del primer contacto con los clientes. Utiliza el uniforme completo y limpio (cofia, camisa/blusa, pantalón, falda) de acuerdo a protocolos del establecimiento. Realiza el lavado de manos con jabón líquido y la sanitación con desinfectantes (gel antiséptico). Mantiene las uñas cortas, limpias y sin esmalte.

Mantiene el cabello recogido.

No utiliza accesorios personales (aretes largos, pulseras, collares, anillos).

---

---

No utiliza perfumes ni maquillaje.

Utiliza guantes – si es el caso.

**Unidad de competencia 2**

**EC1:** Realizar la recepción y acomodado del cliente, orientado a satisfacer sus necesidades.

Da la bienvenida al cliente, se presenta mostrando una actitud cortés y amable.

Pregunta cuantas personas lo acompañan.

Identifica una mesa de acuerdo a la preferencia del cliente o según la reservación y disponibilidad.

Retira el cubierto de los lugares que no se ocupan, dependiendo del número de personas que atenderá.

Brinda información - de ser el caso - sobre los ingredientes y tiempo de elaboración de los platos del menú.

**Unidad de competencia 3**

**EC1:** Servir los alimentos utilizando técnicas de servicio,

Ubica en la mesa los platos de acuerdo a sus características y espacio existente.

---

---

etiqueta y protocolo.

Identifica los tipos de servicio de acuerdo al evento.

**EC2:** Atender los requerimientos del cliente durante el servicio.

Ofrece continuamente al cliente nuevos alimentos y/o bebidas.

Conserva el aspecto de la mesa, la mantiene ordenada y sin desechos.

**EC3:** Cerrar el servicio de acuerdo a procedimientos establecidos.

Solicita sugerencias sobre el servicio otorgado, agradece la visita cumpliendo el protocolo establecido y pone a disposición los servicios del establecimiento para una próxima oportunidad.

Agradece cálidamente e invita al cliente a regresar al establecimiento en una próxima oportunidad.

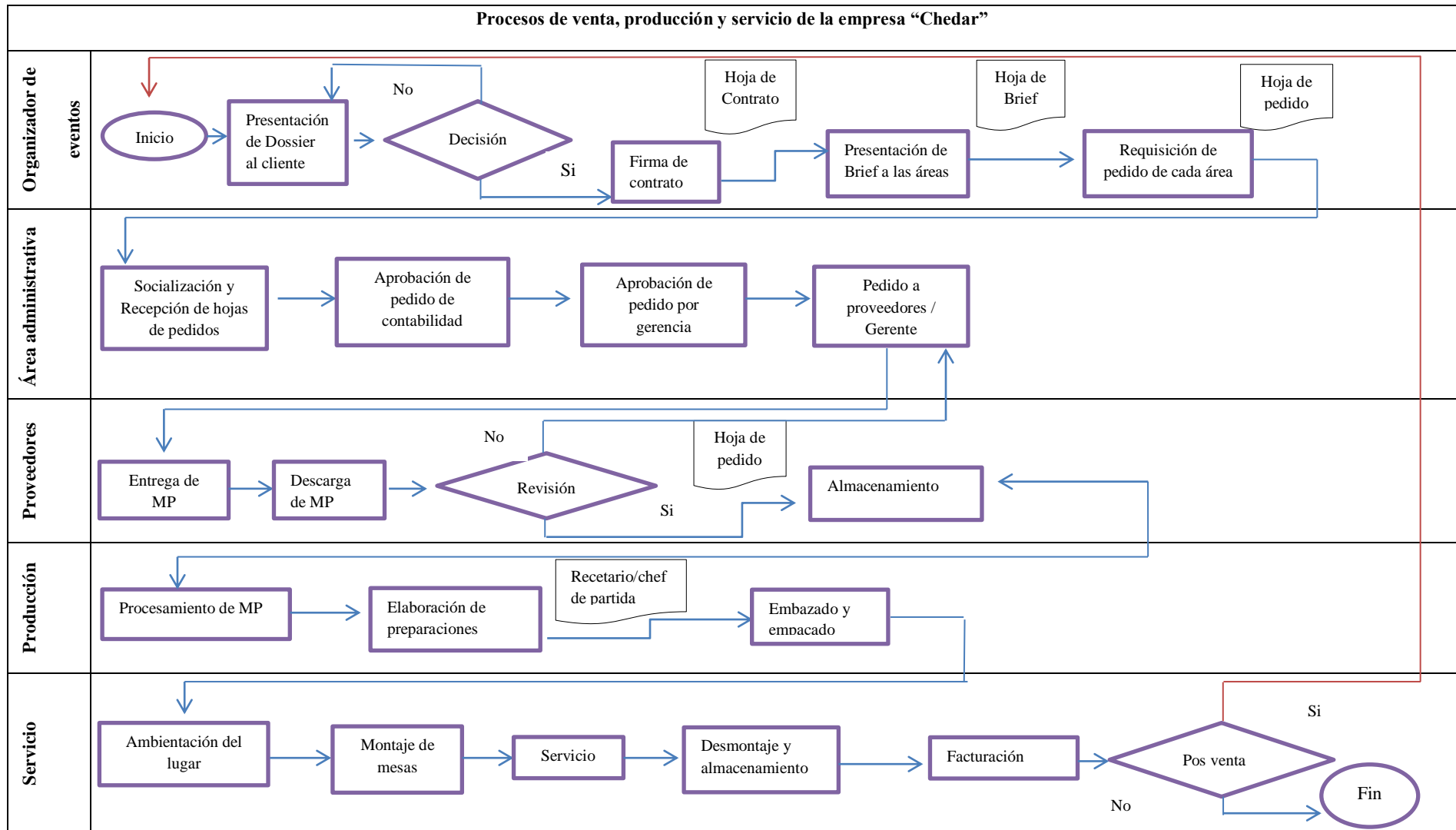
Retira de la mesa todo el menaje utilizado, informa novedades al supervisor, y entrega el turno – de ser el caso-.

---

**Fuente:** (Sistema Nacional De Cualificaciones y Capacitacion Profesional (SETEC) 2016)

**Elaborado por:** Deysi Moreno

**5.6.12. Flujograma del Proceso de venta, producción y servicio de la empresa “Chedar”.**



**Gráfico 29. Flujograma del proceso de venta.**

**Elaborado por:** Deysi Moreno

**5.6.12.1. Proceso de venta, producción y servicio de la empresa “Chedar”.**

**Tabla 57.**

*Proceso de venta, producción y servicio.*

<b>Procedimiento</b>		
<b>Proceso:</b>		Proceso de Venta, Producción y Servicio de la empresa “Chedar”
<b>No.</b>	<b>Unidad / cargo</b>	<b>Actividad</b>
<b>Alcance:</b>	Cumplir con los procesos respectivos para contener un producto final y entrega al cliente un servicio de calidad.	
<b>Organizador de eventos</b>		
1	<b>Inicio</b>	Saludo de bienvenida.
2	<b>Presentación de Dossier</b>	Presentación de Dossier, explicación de los menús con sus opciones, costo, beneficios, ventajas, tipos de decoración, información acerca de los servicios que presta la empresa.
<b>Decisión</b>		Si la presentación del Dossier le parece ideal al cliente se procederá a la firma del contrato, si no

		regresa a la presentación del Dossier.
3	<b>Firma del contrato</b>	Se procede al costeo del evento con los servicios que el cliente requiera con su respectiva firma de Contrato con los clientes.
4	<b>Presentación de Brief a las áreas de la empresa.</b>	Creación del Brief basado en el contrato.  Presentación de la hoja de Brief a todas las áreas con el fin de generar la hoja de pedido de cada departamento de la empresa. Para la aprobación del área de organización de eventos, contabilidad y gerencia.
5	<b>Requisición de pedido de cada área</b>	Cada área se encarga de realizar su planificación para el evento sus necesidades y requerimientos ya sea material o personal extra. Esto se los presentara al organizador de eventos para su respectiva aprobación.
<b>Área administrativa</b>		
6	<b>Socialización y Recepción de hojas de pedidos</b>	Cada área financiera tendrá una copia de las hojas de pedido extendidas por el gerente administrador con el fin de su evaluación y posteríos aprobación.



7	<b>Aprobación de pedido de contabilidad</b>	El área de Contabilidad tiene la función de analizar el costo representado en las hojas de pedido y analizar si es factible, consecutivamente de su aprobación se procederá a la aprobación de gerencia.
8	<b>Aprobación de pedido por gerencia</b>	La aprobación se realizara después del visto bueno de contabilidad.
9	<b>Pedido a proveedores/Gerente</b>	El envío de hojas de pedido de cada área para a la entrega de materia prima a la empresa.
<b>Proveedores</b>		
11	<b>Entrega de MP</b>	La entrega se realiza mediante hojas de pedido de cada área y la entrega se debe de efectuar de acuerdo a la fecha establecida en la hoja de pedido y las especificaciones del producto.
12	<b>Descarga de MP</b>	Se descarga el producto por el chef de partida para su correcta verificación y revisión de la hoja de pedido conjuntamente con la calidad del producto.
<b>Revisión/chef de partida</b>		Si la revisión y verificación del producto con la hoja de pedido y los estándares de calidad requeridos del producto, si no coinciden se volverá hacer la hoja de

		pedido para enviar a otro proveedor.
13	<b>Almacenamiento de MP</b>	Según las necesidades de los productos se deben realizar el almacenamiento, es decir vegetales, tubérculos, productos perecibles y no perecibles.
<b>Producción</b>		
14	<b>Procesamiento de MP</b>	Se procesan los productos cárnicos para posterior almacenamiento si es necesario, es decir porcionar y limpiar, y productos que conllevan procesamiento previo.
15	<b>Elaboración de preparaciones</b>	Se procesan todos los alimentos que se necesitan para la obtención del producto final, según las recetas estándar de la empresa.
16	<b>Embazado y empacado</b>	El alimento se procede a embazar y empaquetar para el transporte al lugar del evento.
<b>Servicio</b>		
17	<b>Ambientación del lugar</b>	Logística está encargada de la ambientación del local como es decoración, música, sonido, animación, división de espacio, montaje de carpas, sillas mesas tarimas.

18	<b>Montaje de mesas</b>	El área de servicio está encargado del montaje de mesas esto conlleva la mantelería, cubertería, vajilla, y cristalería.
19	<b>Servicio</b>	Es el proceso de llevar el plato a la mesa se encargan los meseros al igual que todo lo referente a abastecimiento de alimentación. Esto se verifica durante todo el evento.
20	<b>Desmontaje y almacenamiento</b>	Se lava, limpia, pule todo lo referente a vajilla y cristalería en cocina y bar para guardar en sus respectivos loques. El desmontaje intervienen meseros retiran todo sobre ambientación del local.
21	<b>Facturación</b>	Se realiza la facturación de todo el servicio prestado para el pago por parte del cliente a la empresa. Facturación de roles de pago al personal extra para su debida cancelación.
22	<b>Pos servicio</b>	Presentación de promociones al cliente para su futura prestación del servicio si así lo quisiera.
<b>Emisión:</b>  ..... 2016		<b>Autorizado por:</b>  _____ Gerente Propietario

**Adaptado de:** Mg. Roberto Molina (Molina 2016)

**Elaborado por:** Deysi Moreno

### 5.6.12.2. Dossier

## Sugerencia 1



*Locro de papas*

*Pollo a la plancha con papa gratinada*

*Ensalada Rusa y arroz amarillo.*

*Tiramisú de galletas Oreo*

*Precio \$ 9.00*

*Agua sin gas, todo el servicio, cubertería, sillas, mesas, mantelería  
y cristalería.*

*NOTA: No incluye bebidas alcohólicas ni gaseosas.*

**Gráfico 30. Formato de Dossier 1.**

**Elaborado por:** Deysi Moreno

**Sugerencia 2**



---

*Consomé de pollo*

---

*Fritada con mote, papas, tostado y ensalada.*

---

*Higos con queso*

*Precio \$ 9.00*

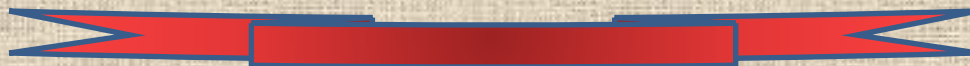
*Agua sin gas, todo el servicio, cubertería, sillas, mesas, mantelería  
y cristalería.*

*NOTA: No incluye bebidas alcohólicas ni gaseosas.*

**Gráfico 31. Formato de Dossier 2.**

**Elaborado por:** Deysi Moreno

### Sugerencia 3



*Consomé de pollo*

*Medallones de lomo fino en salsa de vino con papas fritas*

*Ensalada Argentina y arroz Teriyaki*

*Volcán de Manjar de Leche*

*Precio \$ 9.00*

*Agua sin gas, todo el servicio, cubertería, sillas, mesas, mantelería  
y cristalería.*

*NOTA: No incluye bebidas alcohólicas ni gaseosas.*


**Gráfico 32. Formato de Dossier 3.**

**Elaborado por:** Deysi Moreno

### 5.6.12.3. Contrato

**Tabla 59.**

*Contrato.*

 <p><b>CONTRATO</b></p>
<p>Contrato que celebran por una parte Catering y Eventos “Chedar” representada por las Sra. Deysi Patricia Moreno Solano, se firma el presente contrato bajo las siguientes clausulas.</p>
<p>1. Catering y Eventos “Chedar” se compromete a la organización de la.....en.....dirección.....el día..... teniendo una asistencia de.....</p>
<p>2. La .....se amenizada por:</p> <p>Brindis de bienvenida</p> <p>Sorbete de fruta</p>
<p>3. El menú que se le servirá a cada invitado en..... será de..... tiempos:</p> <p>Entrada .....</p> <p>Fuerte .....</p> <p>Postre .....</p>
<p>El comité de organizadores entregara a Catering y eventos “Chedar” lista de invitados de cada uno de los asistentes, así como el número de comensales que necesiten en cada mesa como máximo 10 personas, de no poseer lista no existirá restricciones.</p>

4. Lo que se proporcionara para el/la .....

Horas de servicio : .....

Horas de servicio: .....

Mesas decoradas: .....

Arreglos de sillas: .....

Vajillas: .....

Video fotográfico: .....

Personal del servicio: .....

Audio e iluminación: .....

NOTA: En caso de no realizarse el evento por motivo alguno no se dará devoluciones por servicios contratados.

---

Firma del contratista

---

Firma del gerente

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Deysi Moreno



#### 5.6.12.4. Hoja de Brief

**Tabla 60.**

*Hoja de Brief.*

<b>Formato Brief</b>			
<b>Objetivo del evento:</b>			
<b>Público objetivo:</b>		a) Adultos:	
		b) Niños:	
<b>Fecha:</b>		<b>Hora:</b>	
<b>Lugar:</b>			
<b>Contenido y Programas:</b>			
<b>Programa del evento:</b>			
<b>Lista de Servicios:</b>			
<b>Diseño y decoración:</b>			
<b>Menú:</b>	Entrada:		

	Fuente:	
	Postre:	
<b>Personal necesario:</b>		
<b>Servicios adicionales:</b>		
<b>Actividades Pos evento:</b>		
<b>Datos del Contacto:</b>		
<b>Emisión:</b>  ..... 2016		<b>Autorizado por:</b>  <hr/> Gerente Propietario  <b>Firma</b> <b>Cello:</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Deysi Moreno

### 5.6.12.5. Hoja de pedido

**Tabla 61.**

*Hoja de pedido.*

<b>HOJA DE PEDIDO</b>				
Proveedor _____				
Fecha de Pedido: ____/____/____			Fecha de Entrega: ____/____/____	
Términos de Entrega _____			Términos de Pago _____	
Cantidad	Número de Catalogo	Descripción	Precio Unitario	Total
			<b>Costo Total</b>	
Aprobado por _____ Autorizado por _____				

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Deysi Moreno

### 5.6.13. Seguridad alimentaria

La seguridad alimentaria en la empresa se toma desde la entrega de la materia prima, procesamiento de MP, almacenamiento y proceso de producto terminado.

#### 5.6.13.1. Auditoria de proveedores

**Tabla 62.**

*Evaluación de Proveedores.*

Evaluación de proveedores				Código:	
<b>Objetivo:</b>		Verificar que los productos lleguen a la empresa con la calidad y normativa necesaria para certificar su calidad.			
<b>Fecha / pedido:</b>		<b>Fecha/ entrega:</b>		<b>Hora/ entrega:</b>	

Nombre del Proveedor	Tipo de Producto	Detalle de Producto	
Ejm: FrigoEspres	Ejm: Carne de res (Lomo fino)	Temperatura: (-2°C).	
		Color: (rojo brillante)	
		Textura: (Firme y sin exceso de sangre)	
		Olor: (Fresco)	

		Peso: 8k	
Ejm: La Finca	Ejm: Verduras (Zuquini)	Temperatura: (8°C)	
		Textura: (Firme y sin rajaduras)	
		Olor: (Fresco)	
		Color: (Brillante sin manchas anormales)	
		Peso: 1k	
Ejm: Abastos La MIA	Empacados (Harina)	Fecha de Elaboración:	
		Fecha de Caducidad:	
		Registro sanitario:	
		Textura: (Sin abolladuras en el empaque)	
		Peso: 2k	
Ejm: Coca-Cola Company	Ejm: Bebidas alcohólicas y no alcohólicas (Agua sin gas)	Fecha de Elaboración:	
		Fecha de Caducidad:	
		Registro sanitario:	

		Textura: (Sin abolladuras, ni infladas y verificar sello de seguridad en los embaces)	
		Peso: 5 litros	

**Adaptado de:** ISO 9001:2015; ISO 22 000. (ISO 22000:2005 2005); (ISO 9001:2015 2015)

**Elaborado por:** Deysi Moreno

La auditoría a proveedores se realiza mediante hojas de control de producto para verificar la calidad y las condiciones de entrega del producto con el fin de evitar riesgos en la producción de la empresa y la contaminación de los mismos, para brindar servicios de calidad a los clientes de la empresa.

Para el evalúo de los productos se debe tomar en cuenta cada una de las características de los mismos como son:

**Tabla 63.***Carnes.*

<b>Descripción: Carne de res</b>					
<b>Color:</b> Rojo cereza brillante.					
<b>Textura:</b> Firme, cuando se toca vuelve a su posición original.					
<b>Producto</b>	<b>Refrigeración</b>			<b>Congelación</b>	
	<b>Temperatura</b>	<b>Humedad</b>	<b>Tiempo de almacenamiento</b>	<b>Temperatura</b>	<b>Tiempo de almacenamiento</b>
Cortes completos	1°C a 2°C	85	1-2 semanas	-23°C a -18°C	6 -10 meses
Cortes por porción	1°C a 2°C	85	4-6 días	-23°C a -18°C	4 – 6 meses

Carne molida	1°C a 2°C	85	1-2 días	-23°C a -18°C	4 – 6 meses
<b>Descripción: Carne de cerdo</b>					
<b>Color:</b> Carne magra rosa, grasa blanca.					
<b>Textura:</b> Firme, cuando se toca vuelve a su posición original.					
<b>Producto</b>	<b>Refrigeración</b>			<b>Congelación</b>	
	<b>Temperatura</b>	<b>Humedad</b>	<b>Tiempo de almacenamiento</b>	<b>Temperatura</b>	<b>Tiempo de almacenamiento</b>
Corte completo	1°C a 2°C	85	5 días	-23°C a -18°C	4 – 8 meses
Corte por porción	1°C a 2°C	85	3 días	-23°C a -18°C	2 – 6 meses



Carne molida	1°C a 2°C	85	1 – 2 días	-23°C a -18°C	1 – 2 meses
<b>Descripción: Carne de cordero</b>					
<b>Color:</b> Rojo claro.					
<b>Textura:</b> Firme, cuando se toca vuelve a su posición original.					
<b>Producto</b>	<b>Refrigeración</b>			<b>Congelación</b>	
	<b>Temperatura</b>	<b>Humedad</b>	<b>Tiempo de almacenamiento</b>	<b>Temperatura</b>	<b>Tiempo de almacenamiento</b>
Cortes completos	1°C a 2°C	85	5 días	-23°C a -18°C	6- 10 meses
Cortes por porción	1°C a 2°C	85	3 días	-23°C a -18°C	4 – 8 meses

Cortes varios	1°C a 2°C	85	3,5 días	-23°C a -18°C	2 – 6 meses
<p><b>Nota:</b> se debe descartar todo producto si esta con las siguientes características:</p> <p><b>Color:</b> café verdoso; manchas café; verde o purpura; manchas verdes o blancas.</p> <p><b>Textura:</b> pegajosa, mohosa o seca.</p> <p><b>Olor:</b> agrio.</p>					

**Adaptado de:** Seguridad de alimentos y Manejo del proceso HACCP ,2004 (Galarza 2017)

**Elaborado por:** Deysi Moreno

**Tabla 64.***Aves.*

<b>Descripción: Carne de aves</b>					
<b>Color:</b> No decolorado.					
<b>Textura:</b> Firme, cuando se toca vuelve a su posición original.					
<b>Producto</b>	<b>Refrigeración</b>			<b>Congelación</b>	
<b>Pollo</b>	<b>Temperatura</b>	<b>Humedad</b>	<b>Tiempo de almacenamiento</b>	<b>Temperatura</b>	<b>Tiempo de almacenamiento</b>
Completo	-2°C a 0°C	85	2 - 4 días	-23°C a -18°C	4 – 10 meses
Piezas	-2°C a 0°C	85	1-2 días	-23°C a -18°C	3 - 6 meses

<b>Pavo</b>					
Completo	-2°C a 0°C	85	2 – 4 días	-23°C a -18°C	4 – 10 meses
Piezas	-2°C a 0°C	85	1 – 2 días		
<p><b>Nota:</b> se debe descartar todo producto si esta con las siguientes características:</p> <p><b>Color:</b> purpura o verdosa, las puntas de las alas oscuras (rojas son aceptables).</p> <p><b>Textura:</b> pegajosa debajo de las alas o alrededor de las coyunturas.</p> <p><b>Olor:</b> anormal, desagradable o a pescado.</p>					

**Adaptado de:** Seguridad de alimentos y Manejo del proceso HACCP ,2004 (Galarza 2017)

**Elaborado por:** Deysi Moreno

**Tabla 65.***Pescados y mariscos.*

<b>Descripción: Peces y mariscos</b>					
<b>Color:</b> Agallas rojo brillante, piel clara y reluciente. Tienen un olor ligero a mar.					
<b>Textura:</b> Firme, cuando se toca vuelve a su posición original.					
<b>Producto</b>	<b>Refrigeración</b>			<b>Congelación</b>	
<b>Peces</b>	<b>Temperatura</b>	<b>Humedad</b>	<b>Tiempo de almacenamiento</b>	<b>Temperatura</b>	<b>Tiempo de almacenamiento</b>
Peces grasos	-2°C a 0°C	95	1 – 2 días	-23°C a -18°C	2 – 6 meses
Peces magros	-2°C a 0°C	95	1 – 3 días	-23°C a -18°C	2 – 6 meses

<b>Mariscos</b>					
Moluscos	1°C a 2°C	85	1 – 7 días	-23°C a -18°C	2 – 6 meses
Crustáceos	-1°C a 1°C	90	1 – 3 días	-23°C a -18°C	2 – 6 meses

**Nota:** se debe descartar todo producto si esta con las siguientes características: Agallas gris opaco; piel seca y opaca.

**Color:** Agallas gris opaco; piel seca y opaca. ( peces de toda clase)

**Ojos:** opacos, con orillas rojas, hundidos.

**Textura:** suave; queda marcada cuando se toca. La piel se desase o se siente como arenoso.(Peces y mariscos)

**Olor:** fuerte olor a pescado o a amoniaco. (peces y mariscos)

**Adaptado de:** Seguridad de alimentos y Manejo del proceso HACCP ,2004 (Galarza 2017)

**Elaborado por:** Deysi Moreno

**Tabla 66.***Lácteos*

<b>Descripción: Lácteos</b>					
<b>Considerar:</b> fecha de vencimiento y la cadena de frío si el fabricante así lo recomienda según el tipo de envase.					
<b>Derivados:</b> quesos, mantequilla y crema de leche es necesario comprobar la fecha de vencimiento y según la preparación considerar su textura, si se necesita la presentación con sal y su porcentaje de grasa.					
Producto	Refrigeración			Congelación	
	Temperatura	Humedad	Tiempo de almacenamiento	Temperatura	Tiempo de almacenamiento
Quesos					
Queso blanco	2°C a 5°C	75	15 días		
Queso crema	2°C a 5°C	75	21 días		

Queso mozzarella	2°C a 5°C	75	30 días		
Queso holandés	2°C a 5°C	75	90 días		
Mantequilla	0°C a 2°C	85	2 – 4 semanas		
<b>Leche</b>					
Leche entera	2°C a 3°C	85	6 – 14 días		
Mezcla de crema y leche	0°C a 2°C		7 – 10 días		
Crema líquida y doble crema	0°C a 2°C		21 – 31 días		



Helados, mousses				-18°C a -12°C	2 – 4 meses
<b>Almacenamiento seco</b>					
Leche condensada	10°C a 21°C	50 - 60	2 - 4 meses		
Leche evaporada	10°C a 21°C	50 - 60	8 – 10 meses		
Leche en polvo	10°C a 21°C	50 - 60	8 – 10 meses		
<p><b>Nota:</b> se debe descartar todo producto si esta con las siguientes características: Enlatados con abolladuras; empaques con huecos o cortaduras, fundas rotas.</p> <p><b>Olor:</b> agrio.</p>					

**Adaptado de:** Seguridad de alimentos y Manejo del proceso HACCP ,2004 (Galarza 2017)

**Elaborado por:** Deysi Moreno

**Tabla 67.***Huevos de gallina.*

<b>Descripción: Huevos de gallina</b>					
<b>Color:</b> Brillante en el cascaron.					
<b>Textura:</b> Cascaron firme					
<b>Producto</b>	<b>Refrigeración</b>			<b>Congelación</b>	
	<b>Temperatura</b>	<b>Humedad</b>	<b>Tiempo de almacenamiento</b>	<b>Temperatura</b>	<b>Tiempo de almacenamiento</b>
Huevos con cascaron	-2°C a 2°C	80 - 85	2 – 4 días	-23°C a -18°C	6 – 8 meses
<b>Nota:</b> se debe descartar todo producto si esta con las siguientes características:					

**Color:** manchas de eses en el cascaron o sucios; manchas verdes.

**Textura:** sin grietas, hendiduras o quebraduras, perforaciones en el cascaron.

**Olor:** fuerte olor a pescado o a amoniaco.

**Adaptado de:** Seguridad de alimentos y Manejo del proceso HACCP ,2004 (Galarza 2017)

**Elaborado por:** Deysi Moreno

**Tabla 68.***Verduras.*

<b>Descripción: Verduras</b>					
<b>Color:</b> Coloración viva y de apariencia fresca, sin mostrar manchas anormales en la piel.					
<b>Textura:</b> Firme, y sin arrugas, rajaduras.					
<b>Producto</b>	<b>Refrigeración</b>			<b>Congelación</b>	
<b>Verduras frescas</b>	<b>Temperatura</b>	<b>Humedad</b>	<b>Tiempo de almacenamiento</b>	<b>Temperatura</b>	<b>Tiempo de almacenamiento</b>
Espárragos	0°C a 1°C	90	2 – 4 semanas		
Col	0°C a 1°C	90	2 – 3 meses		

Zanahoria	0°C a 1°C	90	1 – 3 meses		
Lechuga	0°C a 1°C	90	2 – 4 semanas		
Papas	0°C a 1°C	86	2- 4 meses		
Tomate	0°C a 1°C	85	7 – 10 días		
Vegetales congelados				-23°C a -18°C	6 – 10 meses

**Nota:** se debe descartar todo producto si esta con las siguientes características:

**Color:** manchas anormales en el producto como puntos negros

**Textura:** lastimaduras en la piel, rajaduras, quebraduras, piel arrugada o que el producto este incompleto; consistencia pastosa bajo la piel.

**Adaptado de:** Seguridad de alimentos y Manejo del proceso HACCP ,2004 (Galarza 2017)

**Elaborado por:** Deysi Moreno

**Tabla 69.***Frutas.*

<b>Descripción: Frutas</b>					
<b>Color:</b> Coloración viva y de apariencia fresca, sin mostrar manchas anormales en la piel.					
<b>Textura:</b> Firme, y sin arrugas, rajaduras.					
<b>Producto</b>	<b>Refrigeración</b>			<b>Congelación</b>	
<b>Verduras frescas</b>	<b>Temperatura</b>	<b>Humedad</b>	<b>Tiempo de almacenamiento</b>	<b>Temperatura</b>	<b>Tiempo de almacenamiento</b>
Espárragos	0°C a 1°C	90	2 – 4 semanas		
Col	0°C a 1°C	90	2 – 3 meses		

Zanahoria	0°C a 1°C	90	1 – 3 meses		
Lechuga	0°C a 1°C	90	2 – 4 semanas		
Papas	0°C a 1°C	86	2- 4 meses		
Tomate	0°C a 1°C	85	7 – 10 días		
Vegetales congelados				-23°C a -18°C	6 – 10 meses

**Nota:** se debe descartar todo producto si esta con las siguientes características:

**Color:** manchas anormales en el producto como puntos negros

**Textura:** lastimaduras en la piel, rajaduras, quebraduras, piel arrugada o que el producto este incompleto; consistencia pastosa bajo la piel.

**Adaptado de:** Seguridad de alimentos y Manejo del proceso HACCP ,2004 (Galarza 2017)

**Elaborado por:** Deysi Moreno

**Frutas.-** Dependiendo de la preparación que se vaya a realizar con las mismas, será la selección según su grado de maduración y tamaño, la recomendación para cualquiera de los casos es; que no tengan presencia de podredumbre o presencia de hongos en su superficie.

**Enlatados.-** Para la compra de enlatados es importante considerar que los envases no estén golpeados ni inflados y que su fecha de consumo este dentro del periodo recomendado por el fabricante además es imprescindible comprobar el peso del producto una vez drenado para realizar la selección adecuada de cantidad para las diferentes preparaciones.

**Licores.-** El aspecto a considerar es que las botellas o presentaciones en tetra pack no muestren signos de manipulación o adulteración.

Respecto a los vinos cuando sean utilizados para cocina deberán ser SECOS al menos que exista una excepción especificada en la receta.



### 5.6.13.2. Hoja de entrega de producto procesado.

**Tabla 70.**

*Hoja de producto procesado.*

<b>Hoja de entrega de producto procesado</b>		<b>Código:</b>
<b>Fecha:...</b> /.../.....	<b>Responsable:</b> Jefe de A&B	<b>Hora/almacenamiento:</b>
<b>Producto</b>	<b>Peso de MP</b>	<b>No. Porciones</b>
Ejm: Pollo entero	2.5 K	8 porciones / 250g

**Adaptado de:** ISO 9001:2015; ISO 22 000. (ISO 22000:2005 2005); (ISO 9001:2015 2015)

**Elaborado por:** Deysi Moreno

### 5.6.14. Distribución de la Producción de la oferta gastronómica.

El servicio que se oferta se localizará en el centro de la ciudad, el área del centro de acopio es de 100 m<sup>2</sup>, el costo de arriendo es de 130 dólares, cuenta con todos los servicios básicos, vías de acceso en perfectas condiciones, ya que se encuentra en el centro de la ciudad, diagonal a la Iglesia San Francisco, lo cual permite su fácil acceso.

#### 5.6.14.1. Distribución de la Producción y almacenamiento de la oferta gastronómica.

La empresa estará conformada por cocina, bodega, secretaria, gerencia y baño. Lo cual se distribuye en 5 áreas medidas en m<sup>2</sup> los cuales se distribuirán de la siguiente manera:

**Tabla 71.***Distribución de áreas de producción.*

Nro.	Áreas	Área TOTAL
1	Cocina	40
2	Bodega	50
3	Secretaría	3
4	Gerencia	5
5	Baño	2
Área Total		<b>100</b>

**Fuente:** Investigación propia**Elaborado por:** Deysi Moreno**5.6.15. Diseño de las instalaciones de la empresa.**

La distribución de la empresa se ejecuta según las necesidades de espacio de la misma para lo cual se considera las siguientes características:

**Seguridad.-** El piso de las áreas de cocina y bodega son antideslizantes, color claro y de fácil limpieza, las paredes son lisas y fáciles de lavar, la distancia del techo al pisos es de 3 metros para ayudar a la circulación de aire. El local tiene 2 puertas de emergencia en las áreas de bodega y cocina para mantener la seguridad de los empleados en caso de emergencias, la empresa cuenta con señalización de evacuación de emergencias y las puertas estarán simétricamente opuestas con el fin de crear un Túnel de aire entre la puerta de entrada y emergencia, con el fin de facilitar la evacuación sin causar daños masivos a los empleados por intoxicación de aire. Las áreas de Bodega y cocina están totalmente separadas por una pared, y el área de la cocina está dividida con la gerencia y la secretaria, también cuenta con

detectores de humo en cada área para evitar incendios dentro de la empresa, en estos casos también cuenta con hidrantes de incendios (Cajetín contra incendios) los cuales están ubicados uno en la cocina y otro en la bodega puesto que son áreas totalmente separadas, estos estarán conectados directamente a abastecimiento de agua de los bomberos y están colocados cerca de la puerta de ingreso de cada área, los extintores se implementa dos extintores de Espuma en la bodega por el mayor riesgo de incendios por materiales de Clase A, y dos en el área cocina de Polvo Químico Seco por incendios de Clase B. El gas está ubicado en exteriores para evitar la contaminación con fuga de gas dentro de la empresa.

**Bienestar de los empleados.-** el uso de uniformes para los empleados en especial en el área de cocina, se presenta un botiquín de primeros auxilios, el descanso del 25% del tiempo de trabajo será obligatorio para los trabajadores, los empleados están asegurados, y mantiene suficiente comunicación con las áreas de trabajo para evitar la carga de materiales pesados por largas distancias. La iluminación es mixta, es decir natural y artificial con luz blanca en lámparas, no se encuentra maquinaria de ruido por lo cual no representa un riesgo auditivo en los empleados, el área de calor está separado del lugar de manipulación de alimentos por lo cual no genera calor excesivo, los materiales no representan grandes pesos por lo cual los empleados no realizarán esfuerzos físicos excesivos, la empresa cuenta con 2 baños separados por sexo y deben contener los servicios necesarios permanentemente. (Decreto Ejecutivo 2393 2008)

### *Distribución de la oferta gastronómica.*



**Gráfico 33. Distribución de la planta.**

**Elaborado por:** Deysi Moreno

## **5.7. Presupuesto de equipo**

Para la implementación de la empresa de Catering Chedar se requiere las siguientes inversiones:

### **5.7.1. Activos Fijos**

#### **5.7.1.1. Propiedad Planta y Equipo**

**Tabla 72.***Muebles y enseres.*

<b>Muebles y enseres</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor Total</b>
<b>Extintor Espuma</b>	2	\$ 21,00	\$ 42,00
<b>Extintor Polvo químico</b>	2	\$ 21,00	\$ 42,00
<b>Cajetín de emergencia (Pitón de 110, Hacha, Botón de emergencia)</b>	2	\$ 480,00	\$ 960,00
<b>Cajetín de Primeros auxilios</b>	1	\$ 120,00	\$ 120,00
<b>Detectores de humo</b>	3	\$ 40,00	\$ 120,00
<b>Escritorio Ejecutivo</b>	2	\$ 100,00	\$ 200,00
<b>Silla</b>	4	\$ 22,00	\$ 88,00
<b>Archivador metálico x 3</b>	1	\$ 75,00	\$ 75,00
<b>Sillas de Plástico</b>	500	\$ 7,00	\$ 3.500,00
<b>Mesas</b>	60	\$ 20,00	\$ 1.200,00
<b>Mantelería/ mesas</b>	60	\$ 10,00	\$ 600,00
<b>Mantelería/ sillas</b>	500	\$ 3,00	\$ 1.500,00
<b>Carpas</b>	5	\$ 280,00	\$ 1.400,00
<b>TOTAL</b>	<b>1142</b>	<b>\$ 1.199,00</b>	<b>\$ 9.847,00</b>

**Fuente:** Investigación propia**Elaborado por:** Deysi Moreno

**Tabla 73.***Equipos de Cocina.*

<b>Equipos de Cocina</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor Total</b>
<b>Mesones</b>	1	\$ 175,00	\$ 175,00
<b>Refrigeradora</b>	1	\$ 200,00	\$ 200,00
<b>Cocina</b>	1	\$ 100,00	\$ 100,00
<b>Horno</b>	1	\$ 450,00	\$ 450,00
<b>Tanque de gas</b>	2	\$ 120,00	\$ 240,00
<b>Batidora</b>	1	\$ 84,00	\$ 84,00
<b>Ollas y sartenes</b>	15	\$ 74,50	\$ 1.117,50
<b>Utensilios</b>	15	\$ 4,00	\$ 60,00
<b>Cristalería</b>	1500	\$ 1,30	\$ 1.950,00
<b>Cubertería</b>	1500	\$ 0,30	\$ 450,00
<b>Vajilla</b>	1500	\$ 3,00	\$ 4.500,00
<b>Bandejas</b>	12	\$ 7,50	\$ 90,00
<b>Samovar</b>	5	\$ 84,00	\$ 420,00
<b>TOTAL</b>	<b>4554</b>	<b>\$ 1.303,60</b>	<b>\$ 9.836,50</b>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Deysi Moreno

**Tabla 74.***Equipo de Computación y oficina.*

<b>Equipo de computación y oficina</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor TOTAL</b>
<b>Portátil</b>	1	\$ 600,00	\$ 600,00
<b>Computadoras de escritorio</b>	1	\$ 450,00	\$ 450,00
<b>Impresora multifuncional</b>	1	\$ 75,00	\$ 75,00
<b>Equipo de sonido</b>	2	\$ 112,00	\$ 224,00
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>\$ 1.237,00</b>	<b>\$ 1.349,00</b>

**Fuente:** Investigación propia**Elaborado por:** Deysi Moreno**5.7.2. Activos Diferidos****Tabla 75.***Gastos de constitución.*

<b>Gastos de constitución</b>	<b>Valor</b>
<b>Trámite en el RUC</b>	20
<b>Patente de la marca</b>	150
<b>Registro Municipal</b>	5
<b>Permisos Municipales</b>	0
<b>TOTAL</b>	<b>175</b>

**Fuente:** Investigación propia**Elaborado por:** Deysi Moreno

### 5.7.3. Resumen de Activos Fijos y diferidos

**Tabla 76.**

*Resumen de activos fijos y diferidos.*

<b>Concepto</b>	<b>Valor</b>
<b>Muebles y enseres</b>	\$ 9.847,00
<b>Equipo de cocina</b>	\$ 9.836,50
<b>Equipo de computación y oficina</b>	\$ 1.349,00
<b>Gastos constitucionales</b>	\$ 175,00
<b>TOTAL</b>	\$ 21.207,50

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Deysi Moreno



#### 5.7.4. Inversión Variables

**Tabla 77.**

*Suministros de oficina.*

<b>Suministros de oficina</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>
<b>Resma de hojas</b>	U	2	\$ 2,50	\$ 5,00
<b>Grapas</b>	Caja	1	\$ 1,50	\$ 1,50
<b>Esferos</b>	Caja	1	\$ 3,00	\$ 3,00
<b>Carpetas</b>	Docena	2	\$ 10,00	\$ 20,00
<b>Tinta de impresora</b>	U	6	\$ 8,00	\$ 48,00
<b>Grapadora</b>	U	1	\$ 3,00	\$ 3,00
<b>Perforadora</b>	U	1	\$ 3,00	\$ 3,00
<b>Cinta de embalaje</b>	U	9	\$ 1,00	\$ 9,00
<b>Proforma de Factura</b>	U	3	\$ 20,00	\$ 60,00
<b>TOTAL</b>		26	\$ 52,00	\$ 152,50

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Deysi Moreno

### 5.7.5. Gastos Administrativos

En gastos administrativos se debe tomar en cuenta los sueldos de los empleados y el total del costo que implica a la empresa.

**Tabla 78.**

*Pago anual de sueldo.*

Cargo	Sueldo mensual	IESS empleado (9,45)	IESS empleador (12,15)	Fondos de reserva (8,33)	Décimo 3ro	Décimo 4to	Vacación	Anual
Gerente propietario	382,69	36,16	46,50	6,89	366	382,69	191,35	\$5.898,93
Contador	369,40	34,91	44,88	6,65	366	369,40	184,70	5.706,79
Organizador de eventos	372,48	35,20	45,26	6,70	366	372,48	186,24	5.751,32

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Deysi Moreno

**Tabla 79.**

*Gastos administrativos.*

Concepto	Mensual	Anual
RH Área administrativa	\$ 1.446,42	\$ 17.357,03
Servicios Básicos	\$ 34,00	\$ 408,00
Arrendamiento	\$ 130,00	\$ 1.560,00
Seguro	\$ 30,00	\$ 360,00
5% Imprevistos	\$ 64,60	\$ 775,20
<b>TOTAL</b>	\$ 1.722,44	\$ 20.669,28

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Deysi Moreno

### 5.7.6. Gastos de ventas

#### Total 80.

*Pago de sueldos anual.*

Cargo	Sueldo mensual	IESS empleado (9,45)	IESS empleador (12,15)	Fondos de reserva (8,33)	Décimo 3ro	Décimo 4to	Vacación	Anual
Chef de partida	371,53	35,11	45,14	6,68	366	371,53	185,76	\$5.737,58
Capitán de meseros	369,62	34,93	44,91	6,65	366	369,62	184,81	\$5.706,97

#### Total 81.

*Gastos de ventas.*

Concepto	Valor mensual	Valor anual
Gasto sueldo operario (MOD)	\$ 953,96	\$ 11.447,55
Gasto publicada	\$ 30,00	\$ 360,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 983,96</b>	<b>\$ 11.807,55</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Deysi Moreno

### 5.7.7. Capital de trabajo

**Tabla 82.**

*Capital de trabajo.*

<b>Concepto</b>	<b>Valor mensual</b>	<b>Valor anual</b>
Gastos Administrativos	\$ 1.722,44	\$ 20.669,28
Gastos de ventas	\$ 983,96	\$ 11.807,55
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 2.706,40</b>	<b>\$ 32.476,83</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Deysi Moreno

### 5.7.8. Inversión total del proyecto

**Tabla 83.**

*Inversión Total.*

<b>Concepto</b>	<b>Valor mensual</b>	<b>%</b>
Inversión fija y diferida	\$ 21.207,50	40%
Inversión variable	\$ 152,50	0%
Capital de trabajo	\$ 32.476,83	60%
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 53.836,83</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Deysi Moreno

**Tabla 84.***Financiamiento.*

<b>Concepto</b>	<b>Valor mensual</b>	<b>%</b>
Capital propio	\$ 53.836,83	100
<b>TOTAL</b>	\$ 53.836,83	100

**Fuente:** Investigación propia**Elaborado por:** Deysi Moreno

## **5.8. Estudio Financiero**

El estudio financiero analiza los ingresos, gastos, proyecciones de los mismos, estados financieros y la evaluación financiera que comprenden los componentes financieros de la empresa.

### **5.8.1. Objetivo**

Evaluar la economía financiera del proyecto, para determinar la inversión apropiada y la rentabilidad del proyecto, con el fin de establecer su factibilidad.

### **5.8.2. Ingresos**

Los ingresos están representados por el servicio que brinda la empresa de Catering Chedar.

### **5.8.3. Proyección de ingresos**

En la proyección de los ingresos se formula con el Estudio de mercado y la capacidad del servicio de Catering Chedar.

El precio del servicio se determinó en base a un análisis de costos, gastos y utilidad, además se toma en cuenta la competencia, para la proyección del precio se utilizó la tasa de inflación del 3.38%, del año 2015.

**Tabla 85.**

*Ingreso anual.*

<b>Población mensual</b>	<b>Población anual</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Precio mensual</b>	<b>Precio anual</b>
<b>764</b>	9164	\$ 9,00	\$ 6.872,80	\$ 82.473,55

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Deysi Moreno

**Tabla 86.**

*Proyección de Ingresos.*

<b>Ingresos</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Precio	\$ 9,00	\$ 9,30	\$ 9,62	\$ 9,94	\$ 10,28
Cantidad	9164	9313	9465	9619	9776
Ingresos	\$ 82.473,55	\$ 86.650,91	\$ 91.039,87	\$ 95.651,12	\$ 100.495,94

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Deysi Moreno

#### 5.8.4. Proyección de egresos

**Tabla 87.**

*Costo de producción de A&B.*

<b>Costo</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Costo	\$ 3,02	\$ 3,12	\$ 3,23	\$ 3,34	\$ 3,45
Cantidad	9164	9313	9465	9619	9776
Egresos	\$ 27.674,46	\$ 29.076,20	\$ 30.548,93	\$ 32.096,26	\$ 33.721,97

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Deysi Moreno

**Tabla 88.**

*Costo de servicio de alquiler del paquete.*

<b>Costo</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Costo	\$ 0,49	\$ 0,51	\$ 0,52	\$ 0,54	\$ 0,56
Cantidad	9164	9313	9465	9619	9776
Egresos	\$ 4.490,23	\$ 4.717,66	\$ 4.956,61	\$ 5.207,67	\$ 5.471,45

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Deysi Moreno

**Tabla 89.***Proyección de egresos en ventas.*

<b>Gastos</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Gastos publicidad	\$ 360,00	\$ 372,17	\$ 384,75	\$ 397,75	\$ 411,20
Gasto mensual	\$ 30,00	\$ 31,01	\$ 32,06	\$ 33,15	\$ 34,27
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>\$ 360,00</b>	<b>\$ 372,17</b>	<b>\$ 384,75</b>	<b>\$ 397,75</b>	<b>\$ 411,20</b>

**Fuente:** Investigación propia**Elaborado por:** Deysi Moreno**5.8.4.1. Proyección de sueldos**

Con bases de datos históricos de los aumentos de sueldos anuales de los últimos 5 años partiendo desde el 2012.

**Tabla 90.***Sueldos históricos.*

<b>Año</b>	<b>Sueldo</b>	<b>%</b>
2011	264	10
2012	292	10,61
2013	318	8,9
2014	340	6,9
2015	354	4,12
<b>Promedio</b>		<b>8,11</b>

**Fuente:** Investigación propia**Elaborado por:** Deysi Moreno

El promedio es 8% y con este dato se promedia los sueldos de los próximos 5 años.



**Tabla 91.**

*Proyección de sueldos y pagos de beneficios legales del Área administrativa.*

<b>Cargo</b>	<b>Año</b>	<b>Sueldo mensual</b>	<b>IESS empleado (9,45)</b>	<b>IESS empleador (12,15)</b>	<b>Fondos de reserva (8,33)</b>	<b>Décimo tercero</b>	<b>Décimo cuarto</b>	<b>Vacaciones</b>	<b>Anual</b>
Gerente propietario	1	382,69	36,16	46,50	6,89	366	382,69	191,35	\$ 5.898,93
	2	413,3052	39,06	50,22	7,44	413,3052	413,3052	206,65	\$ 6.388,87
	3	446,37	42,18	54,23	8,03	446,37	446,37	223,18	\$ 6.899,98
	4	482,08	45,56	58,57	8,67	482,08	482,08	241,04	\$ 7.451,98
	5	520,65	49,20	63,26	9,37	520,65	520,65	260,32	\$ 8.048,14
Contador	1	369,4	34,91	44,88	6,65	366	369,4	184,7	\$ 5.706,79
	2	398,952	37,70	48,47	7,18	398,952	398,952	199,476	\$ 6.167,00
	3	430,87	40,72	52,35	7,75	430,87	430,87	215,43	\$ 6.660,36
	4	465,34	43,97	56,54	8,37	465,34	465,34	232,67	\$ 7.193,19
	5	502,56	47,49	61,06	9,04	502,56	502,56	251,28	\$ 7.768,64

Organizador de eventos	1	372,48	35,20	45,26	6,70	366	372,48	186,24	\$ 5.751,32
	2	402,2784	38,02	48,88	7,24	402,2784	402,2784	201,1392	\$ 6.218,42
	3	434,46	41,06	52,79	7,82	434,46	434,46	217,23	\$ 6.715,89
	4	469,22	44,34	57,01	8,44	469,22	469,22	234,61	\$ 7.253,16
	5	506,75	47,89	61,57	9,12	506,75	506,75	253,38	\$ 7.833,42

---

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Deysi Moreno

**Tabla 92.**

*Proyección de sueldos y pagos de beneficios legales del Área operativa.*

Cargo	Año	Sueldo mensual	IESS empleado (9,45)	IESS empleador (12,15)	Fondos de reserva (8,33)	Décimo tercero	Décimo cuarto	Vacaciones	Anual
Chef de partida	1	371,53	35,11	45,14	6,68	366	371,53	185,765	\$ 5.737,58
	2	401,2524	37,92	48,75	7,22	401,2524	401,2524	200,6262	\$ 6.202,56
	3	433,35	40,95	52,65	7,80	433,35	433,35	216,68	\$ 6.698,76
	4	468,02	44,23	56,86	8,42	468,02	468,02	234,01	\$ 7.234,67
	5	505,46	47,77	61,41	9,09	505,46	505,46	252,73	\$ 7.813,44
Capitán de meseros	1	369,62	34,93	44,91	6,65	366	369,62	184,81	\$ 5.709,97
	2	399,1896	37,72	48,50	7,18	399,1896	399,1896	199,5948	\$ 6.170,67
	3	431,12	40,74	52,38	7,76	431,12	431,12	215,56	\$ 6.664,33
	4	465,61	44,00	56,57	8,38	465,61	465,61	232,81	\$ 7.197,47
	5	502,86	47,52	61,10	9,05	502,86	502,86	251,43	\$ 7.773,27

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Deysi Moreno

**Tabla 93.***Proyección de sueldos.*

<b>Cargos</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Administrativo	\$ 17.357,03	\$ 18.774,29	\$ 20.276,23	\$ 21.898,33	\$ 23.650,20
Operativo	\$ 11.447,55	\$ 12.373,23	\$ 13.363,09	\$ 14.432,14	\$ 15.586,71
<b>Total</b>	<b>\$ 28.804,58</b>	<b>\$ 31.147,52</b>	<b>\$ 33.639,33</b>	<b>\$ 36.330,47</b>	<b>\$ 39.236,91</b>

**Fuente:** Investigación propia**Elaborado por:** Deysi Moreno**5.8.4.2. Gastos servicios básicos****Tabla 94.***Proyección de servicios básicos.*

<b>Concepto</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Agua potable	\$ 14,00	\$ 14,47	\$ 14,96	\$ 15,47	\$ 15,99
Energía Eléctrica	\$ 20,00	\$ 20,68	\$ 21,37	\$ 22,10	\$ 22,84
<b>TOTAL</b>	<b>\$408,00</b>	<b>\$421,79</b>	<b>\$ 436,05</b>	<b>\$450,79</b>	<b>\$ 466,02</b>

**Fuente:** Investigación propia**Elaborado por:** Deysi Moreno

### 5.8.4.3. Gastos arriendo

**Tabla 95.**

*Proyección de gasto arriendo.*

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Arriendo	\$ 130,00	\$ 134,39	\$ 138,94	\$ 143,63	\$ 148,49
<b>TOTAL</b>	\$1.560,00	\$ 1.612,73	\$ 1.667,24	\$1.723,59	\$1.781,85

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Deysi Moreno

### 5.8.4.4. Gasto seguro

**Tabla 96.**

*Proyección de gasto seguro.*

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Seguro	\$ 30,00	\$ 31,01	\$ 32,06	\$ 33,15	\$ 34,27
<b>TOTAL</b>	\$ 360,00	\$372,17	\$ 384,75	\$397,75	\$ 411,20

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Deysi Moreno

### 5.8.5. Resumen proyectado

**Tabla 97.**

*Resumen de proyecciones.*

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldo administrativo	\$ 17.357,03	\$ 18.774,29	\$ 20.276,23	\$ 21.898,33	\$ 23.650,20
Servicios básicos	\$ 408,00	\$ 421,79	\$ 436,05	\$ 450,79	\$ 466,02
Arriendo	\$ 1.560,00	\$ 1.612,73	\$ 1.667,24	\$ 1.723,59	\$ 1.781,85
Seguro	\$ 360,00	\$ 372,17	\$ 384,75	\$ 397,75	\$ 411,20
5% Imprevistos	\$ 965,04	\$ 1.036,87	\$ 1.114,26	\$ 1.197,65	\$ 1.287,52
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 20.669,28</b>	<b>\$ 22.240,03</b>	<b>\$ 23.902,48</b>	<b>\$ 25.693,98</b>	<b>\$ 27.624,73</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Deysi Moreno

### 5.8.6. Gasto depreciación

**Tabla 98.**

*Gasto depreciación.*

Concepto	Valor	Años de vida útil	% Depreciación
Muebles y enseres	\$ 9.847,00	10	10%
Equipo de cocina	\$ 9.836,50	10	10%
Equipo de computación	\$ 1.349,00	3	33,33%
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 19.683,50</b>		

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Deysi Moreno

### 5.8.6.1. *Proyección de la depreciación*

**Tabla 99.**

*Proyección de la depreciación.*

<b>Concepto</b>	<b>Valor</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Muebles y enseres	\$ 9.847,00	\$ 844,70	\$ 844,70	\$ 844,70	\$ 844,70	\$ 844,70
Equipo de cocina	\$ 9.836,50	\$ 983,65	\$ 983,65	\$ 983,65	\$ 983,65	\$ 983,65
Equipo de computación	\$ 1.349,00	\$ 916,33	\$ 916,33	\$ -	\$ 916,33	\$ 916,33
<b>TOTAL</b>	<b>\$21.032,50</b>	<b>\$ 2.744,68</b>	<b>\$ 2.744,68</b>	<b>\$ 1.828,35</b>	<b>\$ 2.744,68</b>	<b>\$ 2.744,68</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Deysi Moreno

## 5.8.7. Estado Financiero

### 5.8.7.1. Estado de Situación Inicial

#### "EMPRESA DE GATERING Y EVENTOS CHEDARS"

Estado Situación Inicial  
Al 31 de Diciembre del 2016  
Expresado en dólares Americanos

ACTIVOS CORRIENTES		PASIVOS	
BANCOS	\$32.476,83		
INVERSION VARIABLE	\$ 152,50		
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$ 32.629,33		
ACTIVOS FIJOS		PATRIMONIO	
MUEBLES Y ENSERES	\$ 9.847,00	TOTAL PATRIMONIO	\$ 53.836,83
EQUIPO DE COMPUTACION	\$ 1.349,00	TOTAL PASIVO MAS PATRIONIO	\$ 53.836,83
EQUIPOS DE COCINA	\$ 9.836,50		
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 21.032,50		
ACTIVOS DIFERIDOS			
GASTOS DE CONSTITUCION	\$ 175,00		
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 175,00		
TOTAL ACTIVOS	\$ 53.836,83		

---

 GERENTE

---

 CONTADOR



**5.8.7.2. Estado de resultados**

**"EMPRESA DE GATERING Y EVENTOS CHEDARS"**

Estado de Resultados

Al 31 de Diciembre del 2016

Expresado en dólares Americanos

<b>RUBROS INGRESOS</b>	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS POR SERVICIOS	\$ 82.473,55	\$ 86.650,91	\$ 91.039,87	\$ 95.651,12	\$ 100.495,94
<b>(-) COSTO</b>					
COSTO DEL SERVICIO DE ALIEMNTACION	\$ 27.674,46	\$ 29.076,20	\$ 30.548,93	\$ 32.096,26	\$ 33.721,97
COSTO DEL SERVICIO DE ALQUILER	\$ 4.490,23	\$ 4.717,66	\$ 4.956,61	\$ 5.207,67	\$ 5.471,45
<b>COSTO DEL SERVICIO</b>	\$ 32.164,69	\$ 33.793,86	\$ 35.505,55	\$ 37.303,94	\$ 39.193,42
<b>= UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$ 50.308,87</b>	<b>\$ 52.857,06</b>	<b>\$ 55.534,32</b>	<b>\$ 58.347,18</b>	<b>\$ 61.302,52</b>
<b>GASTOS</b>					
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 20.669,28	\$ 22.240,03	\$ 23.902,48	\$ 25.693,98	\$ 27.624,73
GASTOS DE VENTAS	\$ 360,00	\$ 372,17	\$ 384,75	\$ 397,75	\$ 411,20
DEPRECIACION	\$ 2.744,68	\$ 2.744,68	\$ 1.828,35	\$ 2.744,68	\$ 2.744,68

<b>TOTAL GASTOS ADMINSTRATIVOS</b>	\$	<b>23.773,96</b>	\$	<b>25.356,87</b>	\$	<b>26.115,58</b>	\$	<b>28.836,42</b>	\$	<b>30.780,60</b>
			\$	-						
<b>UTILIDAD ANTES DE PART TRAB</b>	\$	<b>26.534,90</b>	\$	<b>27.500,18</b>	\$	<b>29.418,74</b>	\$	<b>29.510,77</b>	\$	<b>30.521,92</b>
15% TRAB	\$	3.980,24	\$	4.125,03	\$	4.412,81	\$	4.426,62	\$	4.578,29
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A RENTA</b>	\$	<b>22.554,67</b>	\$	<b>23.375,16</b>	\$	<b>25.005,93</b>	\$	<b>25.084,15</b>	\$	<b>25.943,63</b>
IMPUESTO A LA RENTA		1115,70		1238,77		1483,39		1495,12		1624,04
<b>UTILIDAD NETA O PERDIDA</b>	\$	<b>21.438,97</b>	\$	<b>22.136,38</b>	\$	<b>23.522,54</b>	\$	<b>23.589,03</b>	\$	<b>24.319,59</b>

---

 GERENTE

---

 CONTADOR

El estado de resultados refleja la utilidad neta de cada año en un periodo de 5 años que es el ciclo de vida del estudio de mercado del proyecto, tomando en cuenta la utilidad neta se puede destacar que la inversión se recupera en un lapso de 3 años ya que los valores reflejados en los primero años son:

**Tabla 100.**

**Análisis de inversión – utilidad neta.**

<b>Año</b>	<b>Utilidad Neta</b>	<b>Inversión</b>	<b>Inversión -Utilidad Neta</b>
1	\$ 21.438,97	\$53 836.83	- \$ 32.397,86
2	\$ 22.136,38		- \$ 10.261,48
3	\$ 23.522,54		<b>\$ 13.261,06</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Deysi Moreno

Se puede destacar que la inversión menos la utilidad neta en el tercer año es de \$ 13 261,06 esto quiere decir que esa cantidad sería el excedente de la empresa después de recuperar su inversión inicial.

### **5.8.7.3. Flujo de caja.**

La proyección del flujo de caja es un elemento importante en el estudio de proyectos, ya que se evalúa financieramente se realizará sobre los resultados obtenido.

**"EMPRESA DE GATERING Y EVENTOS CHEDARS"**

Flujo de caja

Al 31 de Diciembre del 2016

Expresado en dólares Americanos

<b>RUBROS</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>					
INGRESOS	\$	<b>82.473,55</b>	\$	<b>86.650,91</b>	\$	<b>91.039,87</b>	\$	<b>95.651,12</b>	\$	<b>100.495,94</b>	
UTILIDAD BRUTA											
EGRESOS	\$	<b>32.161,47</b>	\$	<b>53.661,37</b>	\$	<b>57.048,10</b>	\$	<b>61.567,32</b>	\$	<b>64.484,66</b>	
INVERSION	\$ 53.836,83										
UTILIDAD OPERATIVA	\$	26.534,90	\$	27.500,18	\$	29.418,74	\$	29.510,77	\$	30.521,92	
+ DEPRECIACION	\$	2.744,68	\$	2.744,68	\$	1.828,35	\$	2.744,68	\$	2.744,68	
- UTILIDAD TRAB	\$	3.980,24	\$	4.125,03	\$	4.412,81	\$	4.426,62	\$	4.578,29	
- IMPUESTOS TOTAL		1115,70		1238,77		1483,39		1495,12		1624,04	
<b>FLUJO NETO</b>	<b>-53836,83141</b>	\$	<b>24.183,65</b>	\$	<b>24.881,06</b>	\$	<b>25.350,89</b>	\$	<b>26.333,71</b>	\$	<b>27.064,27</b>

---

 GERENTE

---

 CONTADOR

**5.8.8. Evaluación financiera****5.8.8.1. VAN**

<b>VAN</b>	<b>\$ 38.590,02</b>
------------	---------------------

**5.8.8.2. TIR**

<b>TIR</b>	<b>37%</b>
------------	------------

**5.8.8.3. B/C**

<b>B/C</b>	<b>1,73</b>
------------	-------------

#### 5.8.8.4. Punto de equilibrio

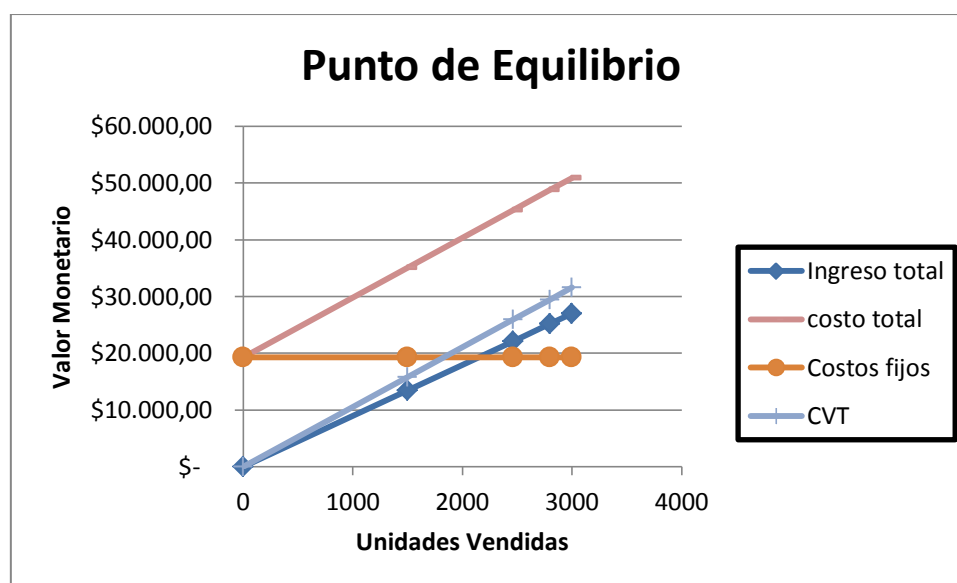
**Tabla 101.**

*Punto de Equilibrio*

Precio de vta unit	unidades vendidas	Ingreso total	Costos fijos	CVU	CVT	costo total
\$ 9,00	0	\$ -	\$ 19.274,64	1,17	\$ -	\$ 19.274,64
\$ 9,00	1500	\$ 13.500,00	\$ 19.274,64	1,17	\$ 15.795,00	\$ 35.069,64
\$ 9,00	2.462	\$ 22.154,76	\$ 19.274,64	1,17	\$ 25.921,07	\$ 45.195,71
\$ 9,00	2800	\$ 25.200,00	\$ 19.274,64	1,17	\$ 29.484,00	\$ 48.758,64
\$ 9,00	3000	\$ 27.000,00	\$ 19.274,64	1,17	\$ 31.590,00	\$ 50.864,64

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Deysi Moreno



**Grafico 34. Punto de Equilibrio**

## Conclusiones y recomendaciones

### 5.9. Conclusiones

El estudio investigativo de mercado resultó un éxito, puesto que se pudo evidenciar que la empresa es acogida por la población de la ciudad de Otavalo de acuerdo a las encuestas y entrevistas realizadas, y gracias a las cuales se obtuvo información verídica y buenas conclusiones.

La investigación pudo generar información muy importante para la formación de la empresa de Catering, tanto con estrategias de promoción, venta, precio y producto, además de obtener gran información del mercado meta y sus preferencias.

Además el proyecto es rentable puesto que se obtiene un VAN positivo de \$ **38.590,02** lo cual demuestra que es rentable y un TIR de 37%. Y finalmente una ganancia de \$1.73 por plato.

### **5.10. Recomendaciones.**

Se recomienda una investigación más profunda sobre este tipo de empresas en la ciudad y los servicios que ofrecen, para mejorar sus servicios e innovar y optimizar sus productos.

Además, se puede recomendar la promoción e impulso de estos servicios con innovaciones de paquetes de catering y mayores beneficios de los consumidores.



## Bibliografía

### Bibliografía

s.f.

Asenjo Prado, Angela. «ACADEMIA.» *ORIGEN DEL CATERING*. 7 de Noviembre de 2014.

[https://www.academia.edu/9104769/ORIGEN\\_DEL\\_CATERING](https://www.academia.edu/9104769/ORIGEN_DEL_CATERING) (último acceso: 17 de Abril de 2016).

Chavez Loma, Amanda, Karina Balarezo Salazar, y Arturo Murillo Yoza. «PROYECTO DE FACTIBILIDAD DE LA CREACION DEL SERVICIO DE ALMUERZOS EJECUTIVOS Y DE BUFFET DIRIGIDO A LA CORPORACIÓN ADUANERA ECUATORIANA EN EL DISTRITO GUAYAQUIL SECTOR COORDINACIÓN GENERAL DE ZONA DE CARGA AÉREA.» Guayaquil, 2010.

Conejo, Mario. *Los Quichua Otavalo economia e identidad*. 2002.

[http://www.codenpe.gob.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=152&catid=85](http://www.codenpe.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=152&catid=85) (último acceso: Abril de 3 de 2016).

Countrymeters. *Countrymeters*. 3 de Junio de 2016. <http://countrymeters.info/es/Ecuador> (último acceso: 3 de Junio de 2016).

Decreto Ejecutivo 2393. «Reglamento de Seguridad y Salud De Los Trabajadores y Mejoramiento Del Medio Ambiente Del Trabajo - Decreto Ejecutivo 2393.» Noviembre de 2008.

<file:///J:/Reglamento-de-Seguridad-y-Salud-de-los-Trabajadores-y-Mejoramiento-del-Medio-Ambiente-de-Trabajo-Decreto-Ejecutivo-2393.pdf> (último acceso: 29 de Noviembre de 2016).

DefinicionABC. «DefiniciónABC.» 2007. <http://www.definicionabc.com/general/catering.php>.

eddson1964. *WordPress.com*. 5 de Abril de 2009. <https://eddson1964.wordpress.com/la-empresa-y-su-clasificacion-2/> (último acceso: 25 de Mayo de 2016).

Flores Villacrés, Elizabeth. «PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EMPRESA QUITO - CATERING.» *UNIVERSIDAD TECNICA PARTICULAR DE LOJA*. Febrero de 2010.

<http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/1054/3/658X4350.pdf> (último acceso: 18 de Abril de 2016).

*GAD Municipal del cantón Otavalo*. 2015. <http://www.otavalo.travel/directorio-de-servicios/restaurantes-de-otavalo.html> (último acceso: 17 de Abril de 2016).

García Ortiz, Francisco. *Técnicas de servicio y atención al cliente*. Cengage Learning Editores, 2003.

INEC. 2010. <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/base-de-datos-censo-2010/> (último acceso: 17 de Abril de 2016).

ISO 22000:2005. «Sistema de Gestión de la Inocuidad de los Alimentos- Requisitos para cualquier Organización en la cadena Alimentaria.» 1 de Septiembre de 2005. <http://www.iso.org>.

- ISO 9001:2015. «Requisitos para Iso sistemas de Gestión de la Calidad. interpretación libre de ISO/DIS 9001:2015.» Norma internacional, Suiza, 2015.
- Molina, Roberto, entrevista de Deysi Moreno. *Cuadro de Procesos Ibarra*, (29 de Noviembre de 2016).
- Mr WordPress. *WordPress.com*. 28 de Mayo de 2010.  
<https://imbabura.wordpress.com/2010/05/28/hola-mundo/> (último acceso: 12 de Mayo de 2016).
- O’Kean, José María. *Economía*. Editado por Ana Navarro. Madrid, 2016.
- Portales, Diego. «E-Tecnicos Consultores.» 2011. <http://e-tecnico.webnode.es/> (último acceso: 1 de Junio de 2016).
- Posso Yépez, Miguel Ángel. *Proyectos, Tesis y Marco Lógico*. Vol. I. Quito: Noción Imprenta, 2011.
- Prieto Herrera, Jorge Eliécer. *Investigación de Mercados*. Segunda. Bogotá: Ecoe Ediciones, 2013.
- Quezada, Nel. *Metodología de la Investigación*. Primera. MACRO, 2010.
- Samaniego Alemán, Karen Maricela, y Ximena Lizeth Torres Ruiz. «Repositorio UTN.» *Diagnóstico Georeferenciado de la Discapacidad en la Parroquia El Jordán Sector Urbano del Cantón Otavalo de la Provincia De Imbabura en el Período Febreno a Junio Del 2014*. 11 de Noviembre de 2014.  
<http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/3813/3/06%20TEF%20079%20Tesis.pdf> (último acceso: 22 de Abril de 2016).
- Superempresarial. «Decisión Empresarial.» *Decisión Empresarial*. 2015.  
<http://decisionempresarial.com/co/index.php/recurso/admon-empresarial/84-inteligencia-empresarial/119-analisis-foda> (último acceso: 1 de Junio de 2016).
- TENEMOS TU CATERING. 20 de Abril de 2008.  
<http://tenemostucatering.blogspot.com/2008/04/servicios-de-catering.html> (último acceso: 17 de Abril de 2016).
- TRIBUNAL CONSTITUCIONAL . «REGISTRO OFICIAL.» *TRIBUNAL CONSTITUCIONAL*. 20 de Octubre de 2008. <file:///C:/Users/CREDI%20TIO/Desktop/dddddd/Constituci%C3%B3n-Pol%C3%ADtica-de-la-Rep%C3%ABlica-2008.pdf> (último acceso: 19 de Abril de 2016).
- Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo-Huejutla. «Clasificación de las inversiones.» Julio de 2011.  
[http://www.uaeh.edu.mx/docencia/P\\_Presentaciones/huejutla/administracion/evaluacion](http://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/huejutla/administracion/evaluacion) (último acceso: 1 de Junio de 2016).
- Vaquero González, Juliana. «Manual. Aprovisionamiento y montaje para servicios de catering (MF1089\_1). Certificados de profesionalidad. Operaciones básicas de catering (HOTR0308).» EDITORIAL CEP. 30 de Agosto de 2013.

site.ebrary.com/lib/utnortesp/reader.action?docID=10820687&ppg=10 (último acceso: 1 de Junio de 2016).

Villalbacamilo Cervantes, Ledys Raquel. «Scribd.com.» *Taller De Economía*. 9 de Octubre de 2009.  
<https://es.scribd.com/doc/45240479/La-Elasticidad-de-La-Oferta> (último acceso: 1 de Junio de 2016).

**ANEXOS**

## Anexos 1

### Instrumentos de Investigación

#### Encuesta

### UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

### ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN OTAVALEÑA

**Objetivo:** Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicio de catering y eventos dentro de la ciudad del cantón Otavalo, provincia de Imbabura en el año 2016

**Conteste según crea conveniente las siguientes preguntas.**

#### 1.- Actividad

Empleado Público


Negocio propio


Empleado Privado

Estudiante

Ama de casa

Sin empleo

#### 2.- ¿Conoce Ud. que es el servicio de cáterin?

Si

No

#### 3.- ¿Sabía que las empresas de cáterin le brinda servicios de alimentación dentro y buera de su domicilio, mantelería y decoración de fiestas y eventos sociales, sillas carpas, entretenimiento y más?

Si

No

#### 4.- ¿Conoce empresas que le brinden ese tipo de servicio?

Si

No

**5.- ¿Ha utilizado los servicios de este tipo de empresas en sus fiestas?**

Si  No

**6.- ¿Para qué eventos o festividad utiliza Ud. este tipo de servicio?**

Bodas  Cumpleaños  Bautizos   
 Confirmaciones  Todos

**7.- ¿En qué medios de comunicación utiliza Ud. para conocer nuevos productos?**

Cuñas radiales  Televisión  Volantes  Internet   
 Mallas publicitarias

**8.- ¿Le gustaría adquirir los servicios de una empresa que le ayude a organizar sus eventos y fiestas con alimentación, bebidas y decoración?**

Si  No

**9.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por persona al adquirir este servicio que incluye cubertería, mantelería, cristalería, alimentación y bebida?**

\$8 a \$10  \$11 a \$15  \$16 a \$20  \$21 a más

**10.- ¿En dónde le gustaría que este ubicada esta empresa de servicio de catering para su mayor comodidad?**

Centro de la ciudad  Afueras de la ciudad

**11.- Por la adquisición de este servicio le gustaría que la empresa le obsequie...**

Mariachis  Recuerdos  Fotos/videos

**12.- ¿Con que frecuencia hace uso de este tipo de servicios?**

Cada 6 meses  Cada 3 meses  Cada mes o más

**13.- Para sus fiestas y eventos que suele adquirir con mayor frecuencia...**

Carpas	<input type="checkbox"/>	Sillas	<input type="checkbox"/>	Mesas	<input type="checkbox"/>	Mantelería	<input type="checkbox"/>
Bajilla	<input type="checkbox"/>	Cristalería	<input type="checkbox"/>	Cubertería	<input type="checkbox"/>		

**14.- ¿Qué alimentos suele adquirir con más frecuencia para sus fiestas y eventos?**

Entradas	<input type="checkbox"/>	Sopas	<input type="checkbox"/>	Plato fuerte	<input type="checkbox"/>	Postre	<input type="checkbox"/>
----------	--------------------------	-------	--------------------------	--------------	--------------------------	--------	--------------------------

**15.- En cuanto a los postres de que brinda a sus invitados ofrece con mayor frecuencia**

Postres calientes	<input type="checkbox"/>	Postres fríos	<input type="checkbox"/>	Pasteles	<input type="checkbox"/>
-------------------	--------------------------	---------------	--------------------------	----------	--------------------------

**16.- Entre los alimentos para sus fiestas y eventos le gustaría adquirir comida...**

Nacional	<input type="checkbox"/>	Internacional	<input type="checkbox"/>
----------	--------------------------	---------------	--------------------------

**17.- ¿Cuáles son los pasteles que prefiere para sus fiestas y eventos?**

Pasteles de crema	<input type="checkbox"/>	Pasteles de fondan	<input type="checkbox"/>	Sin cobertura	<input type="checkbox"/>
-------------------	--------------------------	--------------------	--------------------------	---------------	--------------------------

**18.- Al adquirir un servicio de alimentación prefiere...**

Calidad	<input type="checkbox"/>	Cantidad	<input type="checkbox"/>	Ambos	<input type="checkbox"/>
---------	--------------------------	----------	--------------------------	-------	--------------------------

**19.- Al adquirir un servicio de catering le gustaría para sus fiestas le gustaría que el local o lugar de su evento este decorado con...**

Globos	<input type="checkbox"/>	Cintas	<input type="checkbox"/>	Velos	<input type="checkbox"/>	Flores	<input type="checkbox"/>	Todos	<input type="checkbox"/>
--------	--------------------------	--------	--------------------------	-------	--------------------------	--------	--------------------------	-------	--------------------------

**20.- Ud. cree que es necesario la contratación de personal que le ayude a organizar sus fiestas y eventos**

Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
----	--------------------------	----	--------------------------

**21.- ¿Ud. estaría dispuesta a adquirir solo el servicio de entrega de alimentos para sus fiestas y eventos?**

Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
----	--------------------------	----	--------------------------

**Entrevista**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**ENTREVISTA DIRIGIDA A PROFESIONALES Y DUEÑOS DE EMPRESAS  
DE CATERING**

**Objetivo:** Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicio de catering y eventos dentro de la ciudad del cantón Otavalo, provincia de Imbabura en el año 2016

**Nombre:** .....

**Empresa:** .....

**1.- ¿Cuál es su producto estrella?**

.....  
.....

**2.- ¿Qué estrategia de venta cree que es la más efectiva para su negocio?**

.....  
.....

**3.- ¿Qué estructura organizacional tiene su empresa?**

.....  
.....



**4.- ¿Con cuánto personal cuenta su empresa para eventos de 100 PAX para brindar un buen servicio?**

.....  
.....

**5.- ¿Cuál es su medio de publicidad más efectivo?**

.....  
.....

**6.- ¿Cuál fue su inversión inicial para el lanzamiento de su empresa?**

.....  
.....

## **Anexos 2. Fotográficos.**

**Persona encuestada de local del centro de la ciudad.**




**Persona encuestado de la zona baja de la ciudad.**




### Anexo 3. Recetario

#### Menú 1


CATEGORIA	N° PAX	NOMBRE		
ENTRADA	14	<b>LOCRO DE PAPAS</b>		
				
<b>MONTAJE</b>				
Servir caliente en un plato hondo decorado con queso rallado.				
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO/g	TOTAL
PAPA	1000	g	0,0012	1,20
CREMA DE LECHE	150	ml	0,005	0,75
LECHE	150	ml	0,00085	0,13
CEBOLLA LARGA	10	g	0,0024	0,02
AJO	3	g	0,01	0,03
ACHIOTE LIQUIDO	45	ml	0,004	0,18
QUESO	25	g	0,004	0,10
			<b>SUBTOTAL</b>	2,41
			<b>3 % VARIOS</b>	0,07
			<b>7% MOD</b>	0,17
			<b>25% CONTRIBUCION</b>	0,60
			<b>TOTAL</b>	3,26
			<b>TOTAL / PAX</b>	0,23
<b>PROCESO DE PREPARACIÓN</b>				
<p>(a) Lavar, pelar y cortar las papas en cuadros pequeños, agregarlas en agua hirviendo y cocinar hasta que este suave. (b) Hacer un refrito de cebolla, ajo, achiote y leche he incorporar en la sopa, agregar la crema de leche, sal y pimienta al gusto. (c) Decorar con queso.</p>				

CATEGORIA	N° PAX	NOMBRE		
PRINCIPAL	17	<b>POLLO A LA PLANCHA CON PAPA GRATINADA, ENSALADA RUSA Y ARROZ AMARILLO</b>		
				
MONTAJE				
Servir caliente en un plato para fuerte la carne a la plancha, las papas gratinadas y la ensalada aparte el arroz.				
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO/g	TOTAL
PECHUGA	2000	g	0,0029	5,80
PAPA GRATINADA				
PAPA	550	g	0,0012	0,66
QUESO	250	g	0,004	1,00
CREMA DE LECHE	100	ml	0,005	0,50
OREGANO	20	g	0,025	0,50
ENSALADA RUSA				
ZANAHORIA	100	g	0,002	0,20
ARVEJA	100	g	0,004	0,40
CHOCLO	100	g	0,0022	0,22
MAYONESA	70	g	0,0037	0,26
ARROZ				
ARROZ	500	g	0,0013	0,67
			<b>SUBTOTAL</b>	10,21
			<b>3 % VARIOS</b>	0,31
			<b>7% MOD</b>	0,71
			<b>35% CONTRIBUCION</b>	3,57
			<b>TOTAL</b>	14,80
			<b>TOTAL / PAX</b>	0,87
PROCESO DE PREPARACIÓN				
(a) Filetear la pechuga, condimentar y asar a la plancha. (b) Para las papas se debe pelar,				

cortar en rodajas y blanquear las papas, en un p rex enmantequillado colocar las rodajas de papa en capas en todo el recipiente y agregar crema de leche, orégano y queso rallado, se hornea por 5 minutos a 180 C. (c) Para la ensalada Rusa se debe cocer la zanahoria, arveja y choclo en recipientes diferentes y se enfría y se incorpora la mayonesa, sal y pimienta al gusto. (d) En otro recipiente se prepara el arroz incrementando un poco de mostaza.

CATEGORÍA	N° PAX	NOMBRE		
POSTRE	13	<b>TIRAMISSU</b>		
				
<b>MONTAJE</b>				
Servir en un plato de postre decorado con chocolate en polvo y colocar sobre cada porción un trozo de galleta.				
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO/g	TOTAL
BISCOTELAS	400	g	0,006	2,40
QUESO CREMA	250	g	0,0092	2,30
HUEVOS	180	g	0,0025	0,45
CAFÉ	15	g	0,01	0,15
CHOCOLATE	15	g	0,013	0,19
AZÚCAR	150	g	0,0013	0,20
GALLETAS OREO	75	g	0,007	0,53
			<b>SUBTOTAL</b>	6,21
			<b>3 % VARIOS</b>	0,19
			<b>7% MOD</b>	0,43
			<b>25% CONTRIBUCION</b>	1,55
			<b>TOTAL</b>	8,38
			<b>TOTAL / PAX</b>	0,64
<b>PROCESO DE PREPARACIÓN</b>				
<p>(a) En una taza de agua caliente disolver el café, agregar dos cucharadas de azúcar y reservar. (b) En diferentes bols separar las yemas y las claras de huevo, batimos las claras a punto de nieve con la mitad del azúcar. En otro recipiente perfumar las yemas y agregar el resto de azúcar, incorporar el queso y al final las claras, se bate hasta tener una mezcla uniforme y consistente. (c) En un pírex se coloca una capa de bizcotelas remojadas en el café y luego una capa de mezcla y repetir hasta acabar con la mezcla, congelar hasta que esté firme. (d) Sobre el tiramisú se espolvorea chocolate en polvo con ayuda de un tamiz y también se coloca la galleta previamente troceada.</p>				

**Menú 2**

CATEGORÍA	N° PAX	NOMBRE		
ENTRADA	58	<b>CONSOME DE POLLO</b>		
				
MONTAJE				
Servir caliente en un plato hondo con un poco de cilantro en la superficie.				
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO/ g	TOTAL
POLLO ENTERO	2250	g	0,0033	7,43
LECHE	150	ml	0,00085	0,13
PAPAS	2200	g	0,0012	2,64
CEBOLLA LARGA	100	g	0,0011	0,11
AJO	25	g	0,01	0,25
ARVEJA	450	g	0,004	1,80
ZANAHORIA	450	g	0,002	0,90
AROCILLO	100	g	0,0013	0,13
CILANTRO	100	g	0,001	0,10
			<b>SUBTOTAL</b>	13,48
			<b>3 % VARIOS</b>	0,40
			<b>7% MOD</b>	0,94
			<b>25% CONTRIBUCION</b>	3,37
			<b>TOTAL</b>	18,20
			<b>TOTAL / PAX</b>	0,31
PROCESO DE PREPARACIÓN				
<p>(a) Lavar y cortar el pollo en trozos pequeños y agregar en una olla con agua hirviendo, agregar el arocillo, las arvejas, la zanahoria pelada y cortada en bastones. (b) Hacer un refrito con la cebolla, el ajo y un poco de cilantro, y agregar al caldo. (c) Agregar las papas peladas y cortadas en cuartos, el refrito y finalmente la leche. Salpimentar al gusto.</p>				

CATEGORÍA	N° PAX	NOMBRE		
PRINCIPAL	29	<b>MEDALLONES DE LOMO FINO EN SALSA DE VINO CON PAPAS FRITAS, ENSALADA ARGENTINA Y ARROZ TERIYAKI</b>		
				
<b>MONTAJE</b>				
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO/g	TOTAL
<b>MEDALLONES DE LOMO FINO EN SALSA DE VINO</b>				
LOMO FINO	1500	g	0,0130	19,50
VAINITA	100	g	0,005	0,50
ZANAHORIA	100	g	0,002	0,20
VINO TINTO	1000	g	0,0071	7,10
SALSA INGLESA	125	g	0,0087	1,08
MAICENA	7	g	0,0013	0,01
<b>PAPAS FRITAS</b>				
PAPA	1000	g	0,0012	1,20
ACEITE	1500	ml	0,0015	2,25
<b>ENSALADA</b>				
LECHUGA CRESPA	200	g	0,0060	1,20
TOMATE	400	g	0,0025	1,00
CEBOLLA	400	g	0,001	0,40
MARACUYA	50	g	0,005	0,25
OREGANO	25	g	0,025	0,63
PEREJIL	25	g	0,005	0,13
<b>ARROZ TERIYAKI</b>				
ARROZ	500	g	0,0013	0,65
PASAS	250	g	0,0064	1,60
SALSA DE SOYA	100	ml	0,0087	0,87
			<b>SUBTOTAL</b>	38,56
			<b>3 % VARIOS</b>	1,16



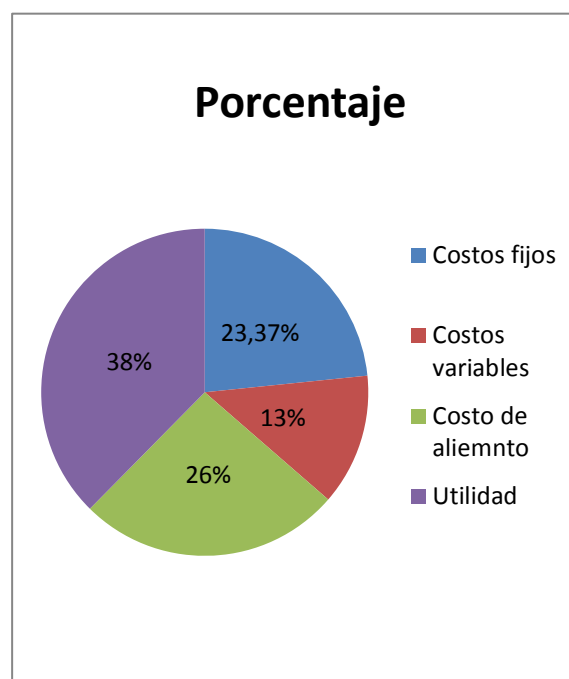
	<b>7% MOD</b>	2,70
	<b>35% CONTRIBUCION</b>	13,50
	<b>TOTAL</b>	55,91
	<b>TOTAL / PAX</b>	1,93
<b>PROCESO DE PREPARACIÓN</b>		
<p>(a) Filetear la carne y salpimentar, enrollar con la vainita y la zanahoria previamente blanqueada, hornear por 15 minutos a 180°C. (b) Flambear el vino hasta reducir un cuarto, mezclar con salsa inglesa y espesar con maicena diluida en agua, reservar. (c) Freír las papas en aceite. (d) Cortar los tomates en media luna, desojar la lechuga y reservar en agua, picar cebolla en aros finos para la vinagreta licuamos maracuyá con orégano y perejil salpimentar al gusto.</p>		



### Anexo 3. Desglose de Precio de venta al público (P.V.P)

#### Menú completo ofertado por la empresa.

<b>Costos fijos</b>	
Arriendo	0,17
Seguro	0,039
Gastos Administrativos	1,895
<b>Costos variables</b>	
Transporte	0,075
Luz	0,018
Agua	0,026
<b>Personal Extra</b>	0,81
<b>MOD</b>	0,16
Carpa	0,08
Mesas	0,00022
Sillas	0,000076
Manteles	0,00014
vajilla	0,000033
Cubertería	0,0000033
Cristalería	0,000014
Alimentación	2,34
Costo alimento	3,02
Costo servicio	0,49
<b>Subtotal</b>	<b>5,61</b>
<b>Utilidad 37.6%</b>	<b>3,38</b>
<b>P.V.P</b>	<b>9,00</b>



#### Anexo 4. Calendario Andino

Mes	Detalles
Enero	1 de enero: Año nuevo (Feriado Nacional)
Febrero	27 de febrero; juramento a la bandera (Fecha cívica nacional)  14 de febrero: Día del amor y la amistad.  Carnaval de Raymi – Peguche, y demás pueblos cercanos.  Fiestas de carnaval (feriado nacional).
Marzo	Semana Santa (Feriado nacional)  8 de marzo: Día de la mujer  24 de marzo: Fiesta de Mushuc Nina (día del equinoccio de primavera)
Abril	
Mayo	1 de mayo: Día del trabajo (Feriado Nacional)  Segundo domingo de mayo: Día de la madre  Fiesta del Señor de la Buena Esperanza  24 de mayo: Batalla de Pichincha (Fecha cívica nacional)
Junio	Todo Junio: Fiesta del Maíz  1 de junio: Día del niño  Segundo domingo: Día del Padre  21 de junio: Fiesta de Solsticio  22 de junio: Baño sagrado de Army Chisi  23 al 27 de junio: Fiestas de Inti Raymi  28 de junio: Fiestas de San Pedro.
Julio	Todo el mes de julio: Confirmaciones y primeras comuniones  29 de julio: Fiestas de san Pedro y San Pablo.

Agosto	Todo el mes de agosto: Confirmaciones y primeras comuniones 10 de agosto: Independencia de Ecuador (Fecha cívica nacional)
Septiembre	1 al 8 de septiembre: Fiestas del Yamor 1 al 15 de septiembre: Homenaje a la cosecha y al Sol 1 al 15 de septiembre: Fiesta de la jora 29 de septiembre: Fiestas de fundación de Otavalo
Octubre	12 de octubre: Día de la raza (Descubrimiento de América)
Noviembre	2 de noviembre: Día de los difuntos (Feriado Nacional)
Diciembre	24 de diciembre: Noche buena 25 de diciembre: Navidad (Feriado Nacional) 31 de diciembre: Fiestas de Fin de Año (Feriado Nacional)



## Urkund Analysis Result

**Analysed Document:** DeysiMoreno.docx (D21166313)  
**Submitted:** 2016-07-22 17:22:00  
**Submitted By:** deysimor7@gmail.com  
**Significance:** 3 %

### Sources included in the report:

Lucas Hernandez Viviana Monserrate\_41740\_assignsubmission\_file\_TRABAJO # 4 LUCAS HERNANDEZ.docx (D14958413)  
TESIS FINAL FERNANDA FLORES.pdf (D14161368)  
[https://ericfochoa.files.wordpress.com/2011/09/lorcpm\\_segundo-debate-pleno.pdf](https://ericfochoa.files.wordpress.com/2011/09/lorcpm_segundo-debate-pleno.pdf)  
<http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec050es.pdf>  
<https://es.wikipedia.org/wiki/Otavalo>  
<http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/3813/3/06%20TEF%20079%20Tesis.pdf>  
[http://www.aduana.gob.ec/archivos/resoluciones/Mipro\\_N11\\_264.pdf](http://www.aduana.gob.ec/archivos/resoluciones/Mipro_N11_264.pdf)  
<http://tenemostucatering.blogspot.com/2008/04/servicios-de-catering.html>  
<http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/1054/3/658X4350.pdf>

### Instances where selected sources appear:

16