



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

## **FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

### **CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA**

#### **TRABAJO DE GRADO**

##### **TEMA:**

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE  
SERVICIOS DE CATERING EN LA PARROQUIA EL SAGRARIO, CIUDAD DE  
IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERAS EN CONTABILIDAD Y  
AUDITORÍA, CPA

##### **AUTORAS:**

ANA BELÉN BENAVIDES SAÁ

ANDREA CAROLINA PAZ MÉNDEZ

**DIRECTORA:** Msc. Ana Lucía Gómez Vaca

IBARRA, MARZO, 2019

## RESUMEN EJECUTIVO

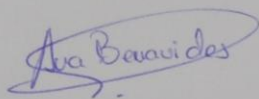
El presente estudio demuestra que a pesar de la crisis económica por la que atraviesa el país actualmente, no es una barrera para crear una empresa de servicios de catering, debido a que es un negocio que satisface una de las primordiales necesidades del ser humano como la alimentación lo cual garantiza prosperidad en el mercado, impulsando la economía de la zona al generar fuentes de trabajo y adquirir insumos locales. “PB Banquetes” estará ubicada en la parroquia El Sagrario, ciudad de Ibarra, cubriendo parte de la demanda insatisfecha que se determinó en el estudio de mercado; esta empresa ofrecerá un servicio de calidad, con precios accesibles para todas las clases sociales, brindando una gama de alimentos para todos los gustos y que deleite el paladar del cliente; los procesos de elaboración de los alimentos se desarrollarán de forma higiénica garantizando un buen servicio y la seguridad de los clientes; siempre se cuidará la calidad del servicio y la puntualidad al momento de entrega. Una herramienta de marketing que ayudará a impulsar la empresa será las redes sociales, debido a que futuros clientes potenciales buscarán facilidad y comodidad al momento de requerir la contratación del servicio. Luego de obtener una respuesta positiva de la población investigada, se realiza un estudio financiero, el cual reflejó costos y rentabilidad que generará el proyecto, ayudando así a determinar la viabilidad de la creación de la empresa de catering. Finalmente se aplicarán estrategias para posicionar a la empresa en la mente de los consumidores con eficiencia y eficacia al brindar un servicio personalizado.

## SUMMARY

The present study shows that despite the current economic crisis in the country, it is not a barrier to create a catering services company because it is a business that satisfies one of the fundamental needs of the human being, such as food in the market; this boost the economy of the area by generating sources of work, acquiring local inputs. "PB Banquetes" will be located in El Sagrario parish, of Ibarra city, in Imbabura province, covering part of the unmet demand that was determined in the market study; this company will offer a quality service, with affordable prices for all social classes, providing a range of foods for all tastes, delighting the palate of clients; the processes of food preparation will be developed in a hygienic way, guaranteeing a good service and the safety of customers; the quality of the service will always be taken care of, as well as its punctuality at the time of delivering it. A marketing tool that will help boost the company, will be social networks because future potential customers will look for ease and convenience when requiring the hiring of the service. After obtaining a positive response from the researched population, a financial study was carried out, which reflected costs and profitability that the project will generate, thus helping to determine the viability of the creation of the catering company. Finally, strategies will be applied to position the company in consumers' minds efficiently and effectively by providing a personalized service.

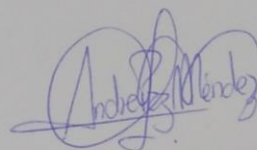
## AUTORÍA

Nosotras **Ana Belén Benavides Saá**, portadora de cédula de ciudadanía N° **1003002027** y **Andrea Carolina Paz Méndez**, portadora de cédula N° **1003779053**, declaramos bajo juramento que el trabajo aquí escrito es de nuestra autoría: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE CATERING EN LA PARROQUIA EL SAGRARIO, CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y se ha respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en éste documento.



Ana Belén Benavides Saá

C.C. 1003002027



Andrea Carolina Paz Méndez

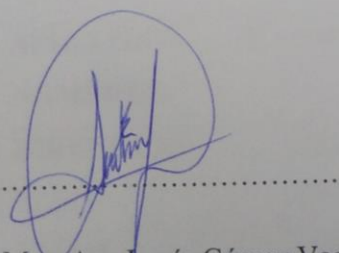
C.C. 1003779053

## CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

En mi calidad de Directora del Trabajo de Grado presentado por las egresadas **Benavides Saá Ana Belén** con C.C. 100300202-7 y **Paz Méndez Andrea Carolina** con C.C 100377905-3, para optar por el Título de Ingenieras en Contabilidad y Auditoría, CPA, cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE CATERING EN LA PARROQUIA EL SAGRARIO, CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**.

Considerando que el presente trabajo reúne todos los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los seis días del mes de febrero de 2018.



Msc. Ana Lucía Gómez Vaca

C.C. 1001972882



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

## FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

### BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

#### AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

#### TÉCNICA DEL NORTE

### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

<b>DATOS DE CONTACTO</b>			
<b>CÉDULA DE CIUDADANÍA:</b>	1003002027	1003779053	
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	Ana Belén Benavides Saá	Andrea Carolina Paz Méndez	
<b>DIRECCIÓN</b>	San Antonio, 27 de noviembre #4-88	Ibarra, 13 de Abril #26-48	
<b>EMAIL:</b>	abelen_590@hotmail.com	<a href="mailto:andreapazmendez@gmail.com">andreapazmendez@gmail.com</a>	
<b>TELÉFONO FIJO:</b>		062 606 629	
<b>TELÉFONO MÓVIL:</b>	0985561275	0980281625	
<b>DATOS DE LA OBRA</b>			
<b>TÍTULO:</b>	“Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicios de catering en la parroquia el sagrario, ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura”		
<b>AUTORAS:</b>	Ana Belén Benavides Saá Andrea Carolina Paz Méndez		

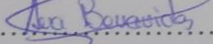
<b>FECHA:</b>	2019-03-09
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
<b>PROGRAMA:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> <b>PREGRADO</b> <input type="checkbox"/> <b>POSTGRADO</b>
<b>TÍTULO POR EL QUE OPTA:</b>	INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
<b>ASESOR / DIRECTOR:</b>	Msc. Ana Lucía Gómez Vaca

## 2. CONSTANCIAS

Los autores manifestamos que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolla sin violar derechos de autor de terceros por lo tanto la obra es original y que son los titulares de los derechos patrimoniales, por lo que, asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

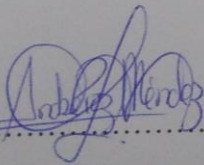
Ibarra, a los 09 días del mes de marzo de 2019

### LAS AUTORAS:

(Firma).....

Nombre: Ana Belén Benavides Saá

C.C.: 1003002027

(Firma).....

Nombre: Andrea Carolina Paz Méndez

C.C.: 1003779053

**DEDICATORIA**

*Este trabajo lo dedico a Dios por todas las bendiciones y oportunidades que me ha brindado a lo largo de mi vida. A mis padres Nelson y Nelly por su apoyo incondicional y confianza brindada, por el esfuerzo y sacrificio para cumplir mi meta, a mis hermanos Nelson y Daniela por su amor y comprensión durante toda esta etapa. A mi hija Marianita que se ha convertido en mi motor de lucha constante para este proyecto. Y a cada una de las personas que forman parte de mi vida, que son muy especiales para mí y que han estado a mi lado durante todo este tiempo de mi formación académica, y que de una u otra manera han estado brindándome conocimientos y consejos para que no desista y siga adelante con este gran paso en mi vida.*

*Andrea Carolina Paz Méndez*



## DEDICATORIA

*Este trabajo lo dedico a todas y cada una de las personas que forman parte de mi vida y que son muy especiales para mí, de igual manera a las personas que han estado a mi lado durante todo este tiempo de mi formación académica, y que de una u otra manera han estado brindándome conocimientos y consejos para que no desista y siga adelante con este gran paso en mi vida.*

*Ana Belén Benavides Saá.*

## AGRADECIMIENTO

*A Dios padre celestial, ser maravilloso por otorgarme la fortaleza necesaria para culminar este sueño importante en mi vida, por guiarme y brindarme la sabiduría necesaria para superar todas las adversidades.*

*A mis padres por el sacrificio, esfuerzo y apoyo brindado a lo largo del camino para continuar con mis estudios y cumplir mi objetivo propuesto.*

*A la querida Universidad Técnica del Norte, quién me abrió las puertas y brindó la oportunidad de una formación académica.*

*A los catedráticos quienes me han guiado a lo largo de la carrera universitaria y han transferido sus conocimientos para hacer posible este trabajo de grado, de manera especial al Dr. Lennin Ubidia Gavilanes (+) por los conocimientos y experiencias brindadas en el trayecto educativo y a la tutora del proyecto Msc. Ana Lucia Gómez por su colaboración incondicional en el desarrollo del proyecto.*

*A todas las personas que con su apoyo incondicional hicieron posible el desarrollo y culminación del presente proyecto.*

*Andrea Carolina Paz Méndez*

## AGRADECIMIENTO

*En primer lugar quiero dar mi más sincero agradecimiento a Dios y a la Virgen por ayudarme a culminar esta etapa de mi vida de formación académica, de la misma forma agradecer a mi familia por su apoyo y presencia pese a las dificultades que se han presentado, de igual manera a esa persona que es muy especial en mi vida que me ha apoyado incondicionalmente, así como a mi compañera por permitirme ser parte de este proyecto y compartirme su amistad y sus conocimientos.*

*Además agradezco a los docentes de la Universidad de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas por compartir sus conocimientos y experiencias durante el tiempo de duración de mi formación profesional, de manera especial al Ingeniero Lennin Ubidia Gavilanez que de Dios goce por brindarnos sus grandes conocimientos y experiencias durante su vida laboral en el aula.*

*Por ultimo agradezco a la Universidad Técnica Del Norte y en especial a la directora de tesis Msc. Ana Lucia Gómez por ser un apoyo y guía en la elaboración de este proyecto de tesis.*

*Ana Belén Benavides Saá.*

## ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO .....	ii
SUMMARY .....	iii
AUTORÍA.....	iv
CERTIFICACIÓN DEL ASESOR.....	v
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD	
TÉCNICA DEL NORTE .....	vi
1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA.....	vi
2. CONSTANCIAS.....	vii
DEDICATORIA .....	viii
DEDICATORIA .....	ix
AGRADECIMIENTO .....	x
AGRADECIMIENTO .....	xi
ÍNDICE GENERAL .....	xii
ÍNDICE DE TABLAS .....	xviii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xxi
PRESENTACIÓN.....	xxiii
JUSTIFICACIÓN .....	xxv
OBJETIVOS .....	xxvi
OBJETIVO GENERAL.....	xxvi
OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	xxvi
CAPÍTULO I .....	27
1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL .....	27
1.1. Antecedentes .....	27
1.2. Objetivos del diagnóstico.....	29
1.2.1. Objetivo general.....	29
1.2.2. Objetivos específicos .....	29
1.3. Variables diagnósticas .....	29
1.4. Indicadores o sub-aspectos .....	30
1.5. Matriz de relación diagnóstica .....	32
1.6. Desarrollo de variables e indicadores .....	33
1.6.1. Ubicación geográfica .....	33
1.6.2. Aspectos socio-demográficos .....	34

1.6.3. Actividad económica .....	36
1.6.4. Normativa legal.....	37
1.7. Determinación de oportunidad diagnóstica .....	38
1.7.1. Matriz AOOD (Aliados, Oportunidades, Oponentes, Riesgos) .....	38
1.7.2. Identificación de la oportunidad de inversión.....	39
CAPÍTULO II.....	40
2. MARCO TEÓRICO.....	40
2.1. Información General .....	40
2.1.1. La empresa .....	40
2.1.2. Microempresa .....	40
2.1.3. Características de la microempresa.....	41
2.1.4. Catering social .....	41
2.1.5. Producto .....	42
2.2. Estudio de mercado.....	42
2.2.1. Estudio de mercado.....	42
2.2.2. Oferta .....	43
2.2.3. Demanda .....	43
2.2.4. Precio .....	43
2.2.5. Comercialización .....	44
2.3. Estudio Técnico .....	44
2.3.1. Estudio Técnico .....	44
2.3.2. Localización óptima del proyecto .....	44
2.3.3. Tamaño óptimo del proyecto .....	45
2.3.4. Proceso productivo.....	45
2.4. Estudio Financiero .....	46
2.4.1. Estudio Económico .....	46
2.4.2. Inversión inicial .....	46
2.4.3. Ingresos .....	47
2.4.4. Costos de Producción.....	47
2.4.5. Costos de venta (gasto) .....	47
2.4.6. Costos de administración (gasto) .....	48
2.4.7. Costos financieros (gasto).....	48
2.4.8. Costos directos .....	48
2.4.9. Costos indirectos.....	48

2.4.10. Materia prima.....	49
2.4.11. Materia prima directa (MPD).....	49
2.4.12. Materia prima indirecta (MPI).....	49
2.4.13. Mano de obra .....	50
2.4.14. Mano de Obra Directa.....	50
2.4.15. Mano de Obra Indirecta .....	50
2.4.16. Depreciaciones .....	51
2.4.17. Estados de situación financiera proforma .....	51
2.4.18. Estado de situación inicial .....	51
2.4.19. Estado de resultados proforma.....	52
2.4.20. Flujo de caja.....	52
2.4.21. Criterios de evaluación .....	52
2.4.22. Valor presente neto .....	53
2.4.23. Tasa interna de rendimiento.....	53
2.4.24. Costo/Beneficio.....	53
2.4.25. Periodo de recuperación de la inversión (PRI) .....	54
2.4.26. Punto de equilibrio.....	54
2.5. Estructura Organizacional.....	54
2.5.1. Estructura Organizacional.....	54
2.5.2. Misión .....	55
2.5.3. Visión.....	55
2.5.4. Valores .....	55
2.5.5. Organigrama Estructural.....	55
2.5.6. Organigrama Funcional .....	56
2.6. Impactos.....	56
2.6.1. Impactos.....	56
CAPÍTULO III.....	57
3. ESTUDIO DE MERCADO .....	57
3.1. Objetivos del Estudio de Mercado .....	57
3.2. Objetivo General.....	58
3.3. Objetivos Específicos.....	58
3.4. Variables e indicadores .....	58
3.4.1. Variables .....	58
3.4.2. Indicadores.....	58

3.5. Población y muestra.....	61
3.5.1. Identificación de la población.....	61
3.5.2. Identificación de la muestra.....	61
3.6. Descripción del servicio.....	62
3.6.1. Tabulación de la información.....	64
3.7. Análisis de la demanda.....	76
3.7.1. Proyección de la demanda.....	77
3.8. Análisis de la oferta.....	78
3.8.1. Proyección de la oferta.....	80
3.8.2. Demanda potencial.....	80
3.9. Análisis y determinación de precios.....	81
3.10. Análisis de la comercialización, distribución y publicidad del producto.....	83
3.11. Conclusiones.....	86
CAPÍTULO IV.....	87
4. ESTUDIO TÉCNICO.....	87
4.1. Localización del proyecto.....	87
4.1.1. Macro Localización.....	87
4.1.2. Micro Localización.....	88
4.1.3. Matriz de factores.....	89
4.1.4. Distribución de las instalaciones.....	91
4.1.5. Croquis de ubicación calles.....	93
4.2. Tamaño del Proyecto y Capacidad.....	93
4.2.1. Flujograma de Procesos.....	94
4.2.2. Flujograma de Operaciones.....	95
4.3. Determinación del Presupuesto Técnico.....	96
4.3.1. Inversiones fijas.....	96
4.3.2. Inversiones diferidas.....	100
4.3.3. Inversiones variables y Capital.....	100
CAPÍTULO V.....	105
5. ESTUDIO FINANCIERO.....	105
5.1. Estructura de la Inversión.....	105
5.2. Presupuesto de ingresos.....	106
5.3. Presupuesto de egresos.....	107
5.3.1. Gastos Administrativos.....	107

5.3.2. Costo de Producción .....	111
5.3.3. Costos Indirectos de Producción.....	112
5.3.4. Resumen Costos de Producción.....	115
5.3.5. Gastos de Ventas.....	116
5.4. Financiamiento.....	116
5.5. Depreciación .....	118
5.6. Amortización.....	119
5.7. Estados Financieros .....	120
5.7.1. Balance de Arranque.....	120
5.7.2. Estado de Resultados .....	121
5.7.3. Flujo de caja proyectado .....	122
5.8. Evaluación Financiera.....	123
5.8.1. Tasa de Rendimiento medio.....	123
5.8.2. Valor Actual Neto (VAN).....	123
5.8.3. Tasa Interna de Retorno (TIR).....	124
5.8.4. Periodo de Recuperación de la Inversión.....	126
5.8.5. Costo – Beneficio.....	126
5.8.6. Punto de equilibrio.....	127
5.8.7. Resumen de evaluación financiera.....	128
5.9. Conclusión .....	129
CAPÍTULO VI.....	130
6. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA .....	130
6.1. Nombre, slogan y logotipo de la empresa.....	130
6.2. Misión .....	130
6.3. Visión.....	131
6.4. Principios y Valores.....	131
6.5. Políticas.....	131
6.6. Organigrama estructural.....	133
6.7. Organigrama funcional .....	135
6.8. Funciones del personal.....	136
6.8.1. Gerente.....	136
6.8.2. Recepcionista .....	138
6.8.3. Chef.....	140
6.8.4. Asistente de cocina .....	142



6.8.5. Mesero (a) .....	144
6.9. Constitución Jurídica .....	146
6.9.1. Razón Social .....	146
6.9.2. Figura jurídica .....	146
6.9.3. Representante legal .....	146
6.9.4. Domicilio .....	146
6.10. Aspectos legales de funcionamiento (RUC, IESS, registro sanitario, permisos de funcionamiento) .....	146
CAPÍTULO VII .....	148
7. IMPACTOS .....	148
7.1. Parámetros de medición .....	148
7.2. Impacto Económico .....	149
7.3. Impacto Social .....	150
7.4. Impacto Ambiental.....	151
CONCLUSIONES .....	153
RECOMENDACIONES.....	155
BIBLIOGRAFÍA .....	156
ANEXOS .....	158
Anexo 1.....	159
Anexo 2.....	162
Anexo 3.....	163
Anexo 4.....	165
Anexo 5.....	168
Anexo 6.....	170
Anexo 7.....	172
Anexo 8.....	178

## ÍNDICE DE TABLAS

1. Matriz de relación diagnóstica .....	32
2. Matriz AOOD.....	38
3. Matriz de relación de mercado.....	60
4. ¿Alguna vez usted ha utilizado los servicios de una empresa de catering para organizar eventos sociales?.....	64
5. Qué empresa le brindó el servicio.....	65
6. ¿Conoce usted alguna empresa que preste servicios de catering (organización de eventos sociales)?.....	67
7. Que servicios adicionales le gustaría que le brinde la empresa de catering .....	68
8. Cómo considera la atención que ha recibido en el lugar donde se realizó su evento social .....	69
9. Estaría dispuesto a contratar los servicios de una empresa que le ayude con la organización de su evento .....	70
10. Con que frecuencia realiza usted un evento.....	71
11. De qué tamaño es el evento que realizó.....	72
12. Que aspectos considera usted importantes a la hora de contratar un servicio de catering.....	73
13. Qué cantidad de dinero estaría dispuesto a destinar para la realización de un evento social .....	74
14. A través de que medio le gustaría recibir información de una nueva empresa de servicios de catering.....	75
15. ¿Estaría dispuesto a contratar los servicios de una empresa que le ayude con la organización de su evento? .....	76
16. Proyección de la Demanda de eventos sociales .....	78
17. ¿Alguna vez usted ha utilizado los servicios de una empresa de catering para organizar eventos sociales?.....	79
18. Proyección de la oferta.....	80
19. Demanda Potencial .....	81
20. ¿Qué cantidad de dinero estaría dispuesto a destinar para la realización de un evento social? .....	81
21. Proyección de precios .....	82
22. ¿A través de que medio le gustaría recibir información de una nueva empresa de servicios de catering? .....	84

23. Macro localización.....	88
24. Matriz de localización.....	90
25. Simbología de flujograma de operaciones.....	94
26. Equipo de Computación.....	96
27. Equipo de Oficina.....	96
28. Muebles y Enseres.....	97
29. Equipo de seguridad.....	97
30. Maquinaria de producción.....	98
31. Equipo de producción.....	98
32. Resumen de Activos Fijos.....	99
33. Activos Diferidos.....	100
34. Materia Prima.....	101
35. Mano de Obra Directa e Indirecta.....	102
36. Gastos Generales de Administración.....	103
37. Resumen Inversión Variable.....	103
38. Inversión Total.....	104
39. Estructura de la Inversión.....	105
40. Total de servicios al año.....	106
41. Ingresos proyectados.....	106
42. Sueldos Administrativos.....	107
43. Proyección de Sueldos Administrativos.....	108
44. Honorarios profesionales.....	108
45. Servicios básicos.....	108
46. Útiles de oficina.....	109
47. Arrendamiento.....	109
48. Mantenimiento de Computación.....	110
49. Capacitación.....	110
50. Constitución y funcionamiento.....	110
51. Resumen de Gastos Administrativos.....	111
52. Materia Prima.....	111
53. Sueldo Básico Unificado Mensual de Mano de Obra Directa.....	112
54. Proyección del Costo Total de Mano de Obra Directa.....	112
55. Sueldo Básico Unificado de Mano de Obra Indirecta.....	112
56. Proyección del Costo Total de Mano de Obra Indirecta.....	113

57. Proyección de Honorarios Profesionales .....	113
58. Servicios Básicos .....	113
59. Consumo de gas .....	114
60. Mantenimiento de Maquinaria .....	114
61. Reposición de Menaje y Utensilios.....	114
62. Arrendamiento .....	115
63. Útiles de aseo .....	115
64. Resumen Costos de Producción.....	115
65. Publicidad .....	116
66. Amortización del crédito.....	116
67. Tabla de interés y capital .....	117
68. Depreciación activos fijos.....	118
69. Amortización gastos de constitución .....	119
70. Estado de arranque .....	120
71. Estado de Resultados Integrados .....	121
72. Flujo de Caja.....	122
73. Tasa de Rendimiento Medio .....	123
74. Cálculo de la Tasa de Rendimiento Medio .....	123
75. Cálculo del VAN.....	124
76. Cálculo del TIR.....	124
77. Resumen para el Cálculo de la TIR .....	125
78. Cálculo del Periodo de Recuperación de la Inversión .....	126
79. Punto de equilibrio.....	127
80. Resumen de Evaluación Financiera .....	128
81. Manual de Funciones Gerente .....	137
82. Manual de Funciones Recepcionista.....	139
83. Manual de Funciones Chef .....	141
84. Manual de Funciones Asistente de cocina .....	143
85. Manual de Funciones Mesero (a).....	145
86. Aspectos legales de funcionamiento .....	147
87. Valoración de impactos.....	148
88. Impacto Económico .....	149
89. Impacto Social .....	150
90. Impacto Ambiental.....	151

91. Impacto Comercial.....	152
----------------------------	-----

## ÍNDICE DE FIGURAS

1. Ubicación geográfica del cantón Ibarra .....	33
2. ¿Alguna vez usted ha utilizado los servicios de una empresa de catering para organizar eventos sociales?.....	64
3. Qué empresa le brindó el servicio.....	66
4. ¿Conoce usted alguna empresa que preste servicios de catering (organización de eventos sociales)?.....	67
5. Que servicios adicionales le gustaría que le brinde la empresa de catering .....	68
6. Cómo considera la atención que ha recibido en el lugar donde se realizó su evento social .....	69
7. Estaría dispuesto a contratar los servicios de una empresa que le ayude con la organización de su evento .....	70
8. Con que frecuencia realiza usted un evento.....	71
9. De qué tamaño es el evento que realizó.....	72
10. Que aspectos considera usted importantes a la hora de contratar un servicio de catering.....	73
11. Qué cantidad de dinero estaría dispuesto a destinar para la realización de un evento social .....	74
12. A través de que medio le gustaría recibir información de una nueva empresa de servicios de catering.....	75
13. ¿Estaría dispuesto a contratar los servicios de una empresa que le ayude con la organización de su evento? .....	76
14. ¿Alguna vez usted ha utilizado los servicios de una empresa de catering para organizar eventos sociales?.....	79
15. ¿Qué cantidad de dinero estaría dispuesto a destinar para la realización de un evento social? .....	82
16. ¿A través de que medio le gustaría recibir información de una nueva empresa de servicios de catering? .....	85
17. Macro localización.....	87
18. Micro localización .....	89
19. Distribución del espacio físico.....	92

20. Distribución del espacio físico.....	93
21. Flujograma de operaciones en la prestación de servicios .....	95
22. Nombre de la empresa .....	130
23. Organigrama estructural.....	134
24. Organigrama funcional .....	135
25. Flujograma de operaciones gerente .....	136
26. Flujograma de operaciones recepcionista .....	138
27. Flujograma de operaciones chef .....	140
28. Flujograma de operaciones asistente de cocina .....	142
29. Flujograma de operaciones mesero.....	144

## PRESENTACIÓN

La prestación de servicios de catering para la ciudad de Ibarra es una actividad conveniente para el desarrollo económico y productivo de la ciudad, éste desarrollo se irá generando según el crecimiento que presente el proyecto, el cual consta de siete capítulos que abarcan lo siguiente:

**Capítulo I:** Se desarrolla el diagnóstico situacional, en el que se construyen los antecedentes del servicio de catering, se detallan las características generales de la ciudad de Ibarra como la ubicación geográfica, aspectos socio-demográficos, principales actividades económicas y la normativa legal; además se indica la metodología de investigación utilizada; se establecerán las necesidades existentes en la ciudad para poder satisfacerlas.

**Capítulo II:** Contiene las bases teóricas necesarias con sustento científico para la obtención de conocimientos y así poder desarrollar el estudio de una forma precisa.

**Capítulo III:** Se realiza un estudio de mercado, donde se investiga la oferta existente en el mercado y la demanda que existe en el área de estudio, para así determinar la demanda insatisfecha, además se establecerá el precio, producto o servicio y canales de distribución necesarios; estos datos se obtienen de las encuestas aplicadas a la población encuestada y a varios competidores del sector, con los datos obtenidos en este estudio se procede a realizar las proyecciones futuras, para determinar la viabilidad del proyecto.

**Capítulo IV:** Consiste en el desarrollo de un estudio técnico en el que se establece la localización y el tamaño ideal del proyecto, la disponibilidad de tecnología, insumos y mano de obra a ser usados; además se establece los recursos financieros y la inversión necesaria a requerirse para el desarrollo del proyecto y la ingeniería del mismo, es decir la infraestructura

y la distribución del espacio físico; se detalla los procesos productivos con los que cuenta la empresa para la prestación de un servicio de calidad.

**Capítulo V:** Abarca el estudio financiero con el que mediante la demanda insatisfecha y el precio se puede proyectar los ingresos futuros y el capital de trabajo con el fin de establecer los estados financieros proyectados, flujos de caja y además calcular y analizar índices financieros como el VAN, TIR, costo-beneficio, punto de equilibrio y periodo de recuperación de la inversión, con el fin de determinar la viabilidad del proyecto.

**Capítulo VI:** Comprende la planeación estratégica de la empresa, es decir establecer el nombre, misión, visión, objetivos, principios y valores, políticas institucionales; además se diseña el organigrama estructural y funcional que rige en la empresa con su respectivo manual de funciones; y se detalla aspectos legales para el funcionamiento del negocio.

**Capítulo VII:** Se determina los impactos que genera este proyecto realizando un análisis; a los impactos económico, social, ambiental y comercial, con la ayuda de una matriz que permite medir el nivel que tiene cada impacto.



## JUSTIFICACIÓN

El mercado gastronómico se caracteriza por no tener un decrecimiento, ya que la alimentación es una necesidad fisiológica de todas las personas, esto se da en función del crecimiento poblacional el que genera un crecimiento en la demanda de esta actividad comercial, pero podemos ver que el mercado es poco explotado en el sentido de brindar un menú saludable.

Debido a la inexistencia de una empresa que brinde los servicios de catering de una forma clara y completa dentro de la parroquia El Sagrario de la ciudad de Ibarra, se ha generado una oportunidad de negocio en el área, ofreciendo una alternativa para colaborar en la realización de eventos dentro del aspecto gastronómico. La finalidad de la creación e implementación de la empresa de catering en la parroquia El Sagrario consiste en demostrar rentabilidad y aceptación en el mercado meta, basándose en la excelencia del servicio, calidad de los productos y cumplimiento de normas de seguridad e higiene para así lograr posicionamiento en la mente de los clientes.

Cabe recalcar que este proyecto va enfocado al cumplimiento de los objetivos 9 y 10 del Plan Nacional del Buen Vivir, que son Garantizar el trabajo digno en todas sus formas e Impulsar a la transformación de la matriz productiva, respectivamente. Lo que genera mejoras para las condiciones económicas del Ecuador y a la vez fomenta la producción nacional.

Según los datos del INEC del último Censo de Población y Vivienda la PEA (Población Económicamente Activa) de Ibarra es del 55% (47.7% de la PEA de la Provincia de Imbabura). En Ibarra según el último registro catastral actualizado a octubre del 2016 existen 13196 empresas que han registrado su actividad económica, de las cuales 7500 se encuentran en la parroquia El Sagrario.

## **OBJETIVOS**

### **OBJETIVO GENERAL**

Realizar un estudio de factibilidad para crear una empresa que preste los servicios de catering de eventos sociales, con la finalidad de cubrir las diferentes necesidades de las personas de la parroquia “El Sagrario” en la ciudad de Ibarra.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Realizar un diagnóstico situacional del servicio de catering dentro de la parroquia “El Sagrario” en la ciudad de Ibarra; mediante un análisis de aliados, oponente, oportunidades y riesgos (AOR).
- Elaborar un Marco Teórico que permita desarrollar y sustentar los principales conceptos que vamos a tratar, mediante la investigación bibliográfica y documental.
- Realizar un Estudio de Mercado en base a datos obtenidos para analizar a clientes, competidores y el mercado al que se va a enfocar.
- Desarrollar un Estudio Técnico para determinar el tamaño, localización, equipos, talento humano y las instalaciones requeridas para brindar un servicio de calidad.
- Elaborar un Estudio Financiero para determinar la viabilidad y rentabilidad que generará el proyecto a través de indicadores financieros.
- Determinar una Estructura Organizacional para la empresa de catering mediante un proceso administrativo que apoye en el desarrollo de la organización.
- Determinar la incidencia de los impactos económico, social, ambiental y empresarial en la operación del proyecto.

## CAPÍTULO I

### 1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

#### 1.1. Antecedentes

El proyecto se desarrolla en la parroquia El Sagrario, ciudad de Ibarra, que también es conocida como “Ciudad blanca a la que siempre se vuelve” ubicada en la provincia de Imbabura a 115 km al noroeste de Quito, posee una altitud de 225 m.s.n.m.. Posee una temperatura promedio de 18°C., y un clima seco, templado y agradable para los turistas que la visitan.

Tiene un crecimiento económico poblacional del 1,63%, según los datos del INEC (2010), es considerada como una de las ciudades más turísticas del norte del país, y se dedica a varias actividades como el comercio, la industria, el turismo y la artesanía, lo que la convierte en el centro de las actividades comerciales.

Según datos del INEC en la ciudad existen varias empresas dedicadas a la organización de eventos sociales que además brindan alojamiento, restaurante, bar y piscina; pero no existen muchas empresas que se dediquen directamente a la prestación del servicio de catering. Es importante recalcar que según el INEC para el año 2010 en la ciudad de Ibarra se desarrollaron 943 matrimonios, y se registraron 2736 nacimientos. Por otro lado se conoce que las iglesias de Ibarra registran alrededor de 670 eventos anuales, en los que se consideran bautizos, primeras comuniones, confirmaciones, matrimonios y otras celebraciones religiosas.

Conociendo que dentro de la ciudad de Ibarra no existen empresas especializadas en brindar un servicio de catering de manera clara, directa y personalizada, las cuales cumplan

con los requerimientos de los clientes, estándares de calidad y precios accesibles; por lo que con el desarrollo del presente proyecto se logra dar uno de los mejores servicios y satisfacer necesidades.

Los procesos de una empresa de servicios de catering son diferentes a los realizados en un restaurante, puesto que en las empresas de catering se empieza por un contrato en el que se establece el número exacto de personas que accederán al servicio, el menú a proveerse, el que servirá como una guía para los procesos que se realizarán posteriormente para la requisición, adquisición y elaboración de los alimentos y bebidas que se distribuirán en el lugar del evento; mientras que los restaurantes preparan un menú general sin conocer gustos, preferencias y cantidad demandada, por lo que se podría generar un sobrante de producción y por ende pérdidas. Todos estos procesos en la empresa de catering se los puede realizar con mayor eficiencia y exactitud ya que se conoce que el servicio se va a ofrecer con certeza, debido a que existirá un porcentaje de pago anticipado que se establecerá en el contrato, el cual se utilizará como capital para ejecutar los procesos.

Según los datos del INEC del último Censo de Población y Vivienda la PEA (Población Económicamente Activa) de Ibarra es del 55% (47.7% de la PEA de la Provincia de Imbabura). En Ibarra según el último registro catastral actualizado a octubre del 2016 existen 13196 empresas que han registrado su actividad económica, de las cuales 7500 se encuentran en la parroquia El Sagrario.

## **1.2. Objetivos del diagnóstico**

### **1.2.1. Objetivo general**

- Realizar un diagnóstico situacional del servicio de catering dentro de la parroquia “El Sagrario” en la ciudad de Ibarra, mediante un análisis de aliados, oponente, oportunidades y riesgos (AOOR), e identificar las principales variables con sus indicadores.

### **1.2.2. Objetivos específicos**

- Reconocer la ubicación geográfica del área donde se implementará el proyecto
- Identificar los aspectos sociales y demográficos del sector de investigación.
- Determinar las principales actividades económicas que se desarrollan dentro del área de estudio
- Establecer la normativa legal que rige las actividades económicas del sector de servicios alimenticios del cantón.

## **1.3. Variables diagnósticas**

Para una mejor comprensión de la presente investigación se han identificado las siguientes variables:

- Ubicación geográfica
- Aspectos socio-demográficos
- Actividad económica
- Normativa legal
- Oferta de servicios alimenticios

#### **1.4. Indicadores o sub-aspectos**

A continuación se presentan los principales indicadores de acuerdo a las variables antes mencionadas:

##### **Ubicación geográfica**

- Extensión territorial
- Ubicación
- Acceso a servicios básicos

##### **Aspectos socio-demográficos**

- Densidad poblacional
- Edad
- Educación
- Empleo
- Salud
- Cultura

##### **Actividad económica**

- Estructura económica del cantón
- Tipo de actividad

##### **Normativa legal**

- Ordenanzas (Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Ibarra)
- Permisos de funcionamiento
- Normas técnicas

- Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno

### **Oferta Existente**

- Número de restaurantes existentes
- Costumbres gastronómicas

## 1.5. Matriz de relación diagnóstica

**Tabla 1**

**Matriz de relación diagnóstica**

OBJETIVOS	VARIABLE	INDICADOR	FUENTES DE INFORMACIÓN	TÉCNICAS	POBLACIÓN INVESTIGADA
Reconocer la ubicación geográfica del área donde se implementará el proyecto	Ubicación geográfica	Información general Ubicación Extensión territorial	Secundaria Primaria Secundaria	Datos INEC Observación Bibliográfica	Cantón Ibarra
Identificar los aspectos sociales y demográficos del sector de investigación	Aspectos socio-demográficos	Densidad poblacional Edad Empleo Salud Cultura	Secundaria	Bibliográfica (Datos estadísticos del INEC)	Habitantes del Cantón Ibarra
Determinar las principales actividades económicas que se desarrollan dentro del área de estudio	Actividad económica	Estructura económica del cantón Tipo de actividades	Secundaria	Bibliográfica	Cantón Ibarra
Establecer la normativa legal que rige las actividades económicas del sector de servicios alimenticios del cantón	Normativa legal	Ordenanzas Permisos de Funcionamiento Normas Técnicas Ley Tributaria	Secundaria	Bibliográfica	Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del Cantón Ibarra Actividades económicas del cantón Buenas Prácticas Manufactureras Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno
Identificar la oferta existente de servicios similares en el área de investigación	Oferta Existente	Número de restaurantes existentes Costumbres gastronómicas	Secundaria	Bibliográfica	Cantón Ibarra

Elaborado por: Las Autoras

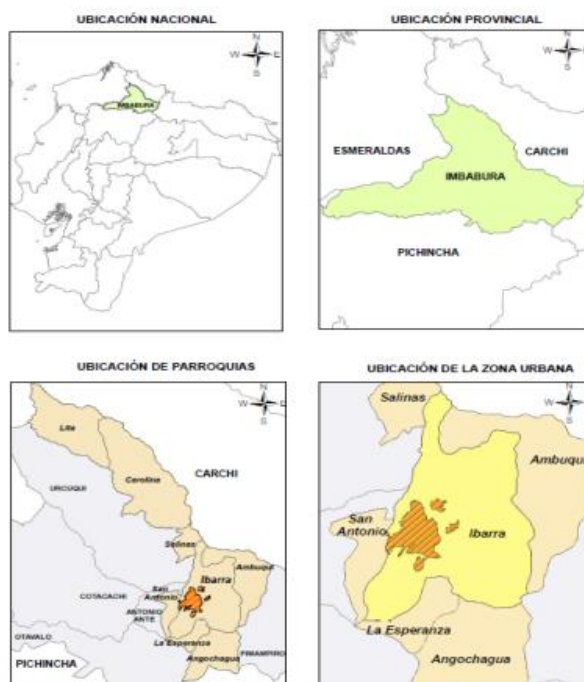


## 1.6. Desarrollo de variables e indicadores

### 1.6.1. Ubicación geográfica

#### Ubicación

Ibarra, la ciudad blanca es la capital de la provincia de Imbabura. Geográficamente como se observa en la figura 1, el cantón Ibarra se ubica a 115 km al noroeste de la ciudad de Quito, posee una altitud de 225 m.s.n.m... Posee una temperatura promedio de 18°C., y un clima seco, templado y agradable para los turistas que la visitan. La ciudad tiene dos estaciones lluviosas que se desarrollan de febrero a mayo y de octubre a noviembre. Y cuenta con dos estaciones secas que van de junio a septiembre y de diciembre a enero.



**Figura 1**

#### **Ubicación geográfica del cantón Ibarra**

Fuente: Secretaría Nacional de Planificación

## **Información general y división política administrativa**

El cantón Ibarra es la sede administrativa de la región 1, se encuentra conformada administrativamente por 5 parroquias urbanas: San Francisco, El Sagrario, Alpachaca, Caranqui, y Priorato; y 7 parroquias rurales: San Antonio, Salinas, Ambuquí, Lita, La Carolina, La Esperanza, y Angochagua. La zona urbana cubre la superficie de 41,68 Km<sup>2</sup>, y la zona rural incluida la periferia de la cabecera cantonal cubre la superficie de 1120,54 Km<sup>2</sup>.

### **1.6.2. Aspectos socio-demográficos**

#### **Densidad poblacional**

De acuerdo al último censo poblacional del año 2010, los habitantes del cantón Ibarra ascienden a 181.175 habitantes (45% de la provincia de Imbabura), de los cuales 93.389 (51,5%) habitantes son mujeres y 87.786 (48,5%) son hombres. Además se determinó que existen 131.856 (72,78%) habitantes en el sector urbano y 49.319 (27,22%) en el sector rural. (INEC, 2010)

#### **Edad**

La ciudad de Ibarra tiene una población muy envejecida, más del 35% de los habitantes sobrepasan los 45 años, el 40% son personas entre 25 y 45 años, y el 25% restante son menores de 25 años, el número de hijos por mujer corresponde a 1,4 y la tasa de crecimiento poblacional ha bajado drásticamente. (INEC, 2010)

#### **Empleo**

Los tres sectores productivos más amplios del cantón Ibarra son: agropecuario, industria y de servicios, y la estructura económica del cantón la marca la Población Económicamente

Activa (PEA) que en el año 2010 la tasa de crecimiento es de 2,99%, lo que quiere decir que 20587 personas se encuentran dentro de este grupo.

A nivel nacional en junio de 2017 se registró un nivel de desempleo de 4,5%, frente al 5,3% que se registró en junio de 2016, por lo que se aprecia una reducción de 0,8 puntos porcentuales según los datos del INEC. A la vez se nota un gran incremento de la tasa de subempleo, en junio de 2016 esta ascendía a 16,3%, mientras que para junio de 2017 se ubicó en 20,5%. Y también se observa que la tasa de empleo adecuado no tuvo una significativa variación, ya que en junio de 2016 se encontraba en 40% y para el mismo mes de 2017 asciende a 40,1%.

## **Salud**

En la ciudad de Ibarra la salud se encuentra garantizada por dos hospitales, Hospital del Seguro (hospital del IESS) y Hospital San Vicente de Paúl (hospital público); además de 15 clínicas privadas y alrededor de 300 consultorios médicos privados.

Uno de los problemas que ha afectado mayormente a la población ha sido la obesidad que se desarrolló notoriamente durante el año 2005, pero para el año 2010 estos casos han disminuido y ya no se han registrado muchos pacientes que sufran de éste trastorno.

Dentro de las principales causas de muerte en la ciudad son los problemas respiratorios y cardio-cerebrales, mientras que la población que goza de una alta calidad de vida la esperanza de vida se aproxima a 79,7 años en hombres y 83,4 años en las mujeres. (INEC, 2010)

## **Cultura**

La cultura Ibarreña comprende la asociación de cuatro culturas, que hace más de cien años han habitado en esta tierra fértil de belleza indiscutible y varios atractivos, por lo que se

tiene diversas manifestaciones étnicas que destacan la riqueza de lo que representa la identidad cultural. Para ello es conveniente analizar el pensamiento y la actuación de los individuos en las diferentes comunidades indígenas y negras que conforman el ámbito rural, así como el ámbito urbano con su legado colonial y de mestizaje.

La relación existente entre el hombre y las comunidades es, lo que marca su pensamiento y acción manifestada en lo que denominamos cultura.

### **1.6.3. Actividad económica**

De acuerdo a los datos del INEC, la actividad económica más representativa corresponde al sector de servicios con el 58,02%, otras actividades que se desarrollan en el cantón son el comercio al por mayor y menor, enseñanza, transporte y administración pública, con esto se evidencia el crecimiento en la zona urbana y se puede ver el crecimiento de locales comerciales, infraestructura educativa y red vial, de éste modo se puede observar que los diferentes tipos de ocupación de la población es trabajar por cuenta propia o ser empleado público o privado.

El sector industrial corresponde al 19,38%, que está relacionado principalmente con la actividad manufacturera, y la otra actividad que es la construcción, esto se aprecia en la construcción de diversos conjuntos habitacionales que utilizan la mano de obra de personas que habitan en el sector rural del cantón.

Y el sector agropecuario representa el 11,61% de las actividades económicas, y se relaciona con actividades de agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, las cuales no se realizan en el área urbana, sino se concentran en las parroquias rurales como Salinas, Lita y La Carolina, debido a las condiciones ambientales, productivas y culturales que se presentan en la zona.

#### **1.6.4. Normativa legal**

Para la constitución de una empresa en el cantón Ibarra se requiere cumplir con varios requisitos legales como:

- **Permisos de funcionamiento**
- **Patente Municipal GAD –I:** De acuerdo al Art. 547 del COOTAD, deben declarar y pagar el impuesto a la patente municipal todas las personas y las empresas o sociedades domiciliadas o con establecimiento en el Cantón Ibarra que realicen permanentemente actividades económicas.
- **Ley de Régimen Tributario Interno**
  - Obtención del RUC
  - Presentación de declaraciones
  - Impuesto al Valor Agregado (IVA)
  - Derecho a crédito tributario
  - Impuesto a la Renta
  - Área de calificación artesanal
- **Permiso del ARCSA**
- **Permiso de los bomberos**

## 1.7. Determinación de oportunidad diagnóstica

### 1.7.1. Matriz AOOD (Aliados, Oportunidades, Oponentes, Riesgos)

*Tabla 2*

*Matriz AOOD*

<b>ALIADOS</b>		<b>OPORTUNIDADES</b>	
A1	Alianzas estratégicas con empresas que cuentan con infraestructura	O1	Incremento de la población
A2	Apoyo de entidades financieras	O2	Alta aceptación por parte de la sociedad
A3	Fácil disponibilidad de materia prima	O3	Incremento de actividades e instituciones en la provincia
A4	Disponibilidad de recurso humano calificado para la prestación del servicio	O4	Falta de empresas que organicen eventos sociales
<b>OPONENTES</b>		<b>RIESGOS</b>	
O1	Tasas de interés elevadas en el sistema financiero	R1	Subida de precios de la materia prima, que están expuestos a cambios climáticos y variaciones en su calidad y cantidad
O2	Existencia de prestación de servicios similares	R2	Pérdida de poder adquisitivo de los consumidores debido a la crisis económica y desempleo
O3	Falta de conocimiento por parte de la sociedad en lo que refiere a todas las actividades que conllevan a la organización de eventos sociales.	R3	Cultura de consumismo de los habitantes del área de estudio, que acostumbran consumir siempre lo mismo, y no probar nuevas oportunidades.

Elaborado por: Las Autoras

### **1.7.2. Identificación de la oportunidad de inversión**

Luego de concluido el estudio diagnóstico donde se aplicó los diferentes instrumentos y técnicas de investigación el análisis de la Matriz de Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos podemos visualizar con mayor claridad la oportunidad de inversión.

En la ciudad de Ibarra existe una gran acogida por el área gastronómica logrando así encontrar en el mercado personal calificado que desea dedicarse a la preparación de alimentos, de igual manera existen varias granjas de productos orgánicos en la cual su costo está al alcance de la economía de la población y así se incentiva la economía local.

Para obtener una rentabilidad aceptable es necesario estar al pendiente del nivel de satisfacción de los clientes y mantenerlo en los puntos más altos lo cual se logra a través de mantener políticas internas adecuadas y cumplir con los más altos estándares nutricionales y de calidad superando así sus expectativas.

Es por estas razones que se propone la creación de una empresa de servicios de catering, dedicada a organizar eventos sociales en el lugar que el cliente lo necesite y con precios accesibles para todas las clases sociales, con un menú previamente elaborado, basado en los más altos estándares de calidad y nutrición dando así una alternativa saludable y cómoda para la situación actual.

Es por esto que se ve necesario y apropiado realizar un “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE CATERING EN LA PARROQUIA EL SAGRARIO, CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.”

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Información General

##### 2.1.1. La empresa

Según (Zapata, 2011, pág. 5) *“Empresa es todo ente económico cuyo esfuerzo se orienta a ofrecer a los clientes bienes y/o servicios que, al ser vendidos producirán una renta que beneficia al empresario, al Estado y a la sociedad en general.”*

La empresa es un ente económico que mediante de la unión de varios elementos y de acuerdo a la actividad económica que realizan, se dedican a vender bienes o prestar servicios a los clientes a cambio de una retribución económica que producirán una ganancia, lo que beneficiará al propietario, a la sociedad y al Estado mediante el pago de impuestos.

##### 2.1.2. Microempresa

*“Una microempresa puede ser definida como una asociación de personas que, operando en forma organizada utiliza sus conocimientos y recursos: humanos, materiales, económicos y tecnológicos para la elaboración de productos y/o servicios que se suministran a consumidores, obteniendo un margen de utilidad luego de cubrir sus costos fijos, variables y gastos de fabricación” (MONTEROS, Edgar, 2005)*

La microempresa es una pequeña asociación de personas con intereses en común que a través de la unión de sus recursos ejercen una actividad económica que satisfaga al mercado al que pertenecen.



### 2.1.3. Características de la microempresa

Las características que mantiene una microempresa son las siguientes”:

- Actividades de autoempleo
- Máximo de 10 colaboradores
- Un capital de trabajo de hasta 100000 USD que no incluya muebles y vehículos que sean herramientas de trabajo.
- Actividades registradas en una organización gremial microempresarial.

*(CANTOS, Enriqueta, (2006). Diseño y Gestión de Microempresas, PROPAD, Quito, pág. 18)*

Se define a la microempresa como una unidad económica individual o familiar, ya sea de comercio, servicios o producción, misma que puede estar conformada por menos de 10 trabajadores, requiere de un capital de trabajo de hasta 100000 USD y en el mayor de los casos no se utiliza de asesoría de ningún tipo.

### 2.1.4. Catering social

*“Se considera catering social al servicio de alimentos fuera del establecimiento de producción, en lugares escogidos por los clientes y en muchos de los casos en sus domicilios, estos pueden ser: residencias, casas de eventos, haciendas, clubes, etc.”* MELO, Alberto & GUAMBI, David (2004)

El catering social es el abastecimiento de alimentos y bebidas para los clientes que panifican la organización de un evento social, fuera del área de producción.

### **2.1.5. Producto**

(Schnarch Kirberg, 2005, pág. 19) *“Producto es el conjunto total que recibe el cliente cuando compra, ya que éste adquiere satisfacciones, una de las cuales es el producto básico, tal vez el mínimo necesario que la empresa esté en el mercado”*

En el concepto del producto se entiende que es aquel bien o servicio que puede satisfacer la necesidad al ser humano brindándole mayor estilo de comodidad para el consumo satisfactorio.

También se puede analizar que un producto es algo que podemos ver y tocar un objeto para el consumo masivo, cuando éste es de buena calidad y servicio para todos.

## **2.2. Estudio de mercado**

### **2.2.1. Estudio de mercado**

(Baca Urbina, 2010, pág. 7) *“Estudio de mercado es la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización.”*

El estudio de mercado es un proceso sistemático que mediante la recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado, se logra crear un plan de negocio que permita tener éxito en el lanzamiento de un nuevo producto o servicio. Para lo que es indispensable realizarlo correctamente para identificar el mercado meta, la oferta y demanda, para determinar la demanda insatisfecha que cubrirá el proyecto, y conocer la competencia que afectará al proyecto.

### **2.2.2. Oferta**

(Baca Urbina, 2010, pág. 41) *“Oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado”*

La oferta hace referencia a la cantidad de un determinado producto o servicio que se encuentra en el mercado listo para su comercialización.

### **2.2.3. Demanda**

(Baca Urbina, 2010, pág. 15) *“Demanda es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”*

La demanda hace referencia a la cantidad de un determinado producto o servicio que es requerido para satisfacer los gustos y necesidades de un determinado mercado.

### **2.2.4. Precio**

(Baca Urbina, 2010, pág. 44) *“Precio es la cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio.”*

El precio es la cantidad monetaria que se cobra por un producto o la prestación de un servicio, también se puede decir que es el valor adquisitivo de un bien o servicio, o la suma de todos los valores que un consumidor intercambia por tener o utilizar un bien o servicio.

### **2.2.5. Comercialización**

(Baca Urbina, 2010, pág. 48) *“Comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar”*

La comercialización es la manera de buscar estrategias para hacer llegar físicamente el producto o servicio al consumidor que desea adquirirlo. Hoy en día la comercialización se realiza de diversas formas, puede ser mediante tiendas o almacenes en los que la mercadería se muestra de forma directa al cliente, o se puede comercializar productos o servicios de forma indirecta, esto puede ser vía internet, teléfono o catálogo.

## **2.3. Estudio Técnico**

### **2.3.1. Estudio Técnico**

(Baca Urbina, 2010, pág. 7) *“Estudio técnico presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, la determinación de la localización óptima de la planta, la ingeniería del proyecto y el análisis organizativo, administrativo y legal.”*

El estudio técnico de un proyecto se refiere a determinar la localización y el tamaño óptimo del proyecto, además estructurar la parte de ingeniería de la planta y los recursos materiales, de equipos y humanos que se requiere para la marcha del negocio.

### **2.3.2. Localización óptima del proyecto**

(Baca Urbina, 2010, pág. 86) *“Localización óptima de un proyecto es lo que contribuye en mayor medida que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) o a obtener el costo unitario mínimo (criterio social).”*

La localización óptima del proyecto, es un proceso que según a criterios estratégicos, económicos, institucionales y preferencias emocionales de los posibles consumidores, nos permite tener la localización idónea para un proyecto, y además que permite maximizar la rentabilidad del proyecto.

### **2.3.3. Tamaño óptimo del proyecto**

(Baca Urbina, 2010, pág. 75) *“Tamaño óptimo del proyecto es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año. Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica.”*

La importancia de definir el tamaño que tendrá el proyecto se manifiesta principalmente en su incidencia sobre el nivel de las inversiones y costos que se calculen y, por tanto, sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación. El tamaño del proyecto, determinará el nivel de operación del negocio para así, poder establecer los niveles de ventas.

### **2.3.4. Proceso productivo**

*Según (García Colín, 2008) hace referencia que el proceso productivo es una actividad clave dentro de una empresa, ya que permite que mediante diagramas y flujos de procesos se lleve a cabo la elaboración o producción de un bien o servicio de forma ordenada en cada una de las operaciones que se ejecuten.*

El proceso de producción de una empresa es un conjunto de operaciones que son necesarias para llevar a cabo la transformación y elaboración de un producto o el diseño de un servicio. Este proceso debe ser estudiado y planificado previamente, plasmándolo en flujogramas de los que depende la calidad final del producto o servicio, así como los recursos y costes precisos para su realización.

## **2.4. Estudio Financiero**

### **2.4.1. Estudio Económico**

(Baca Urbina, 2010, pág. 8) *“Estudio económico ordena y sistematiza la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elabora los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica.”*

El estudio económico-financiero es el que nos permite conocer y analizar la factibilidad y viabilidad de un proyecto, esto sirve para saber si la inversión que propone un proyecto es rentable, para lo que es necesario la utilización de los diferentes instrumentos que nos ayudan a evaluar financieramente un proyecto, como por ejemplo las proyecciones de ingresos y gastos, los estados financieros proyectados, flujo de caja, capital de trabajo y sobre todo los indicadores financieros como el VAN, TIR, Costo/Beneficio y Periodo de recuperación de la inversión.

### **2.4.2. Inversión inicial**

(Baca Urbina, 2010, pág. 143) *“Inversión inicial comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa.”*

La inversión inicial hace referencia a la cantidad monetaria destinada al iniciar el proyecto para la adquisición de todos los activos tangibles o intangibles que son necesarios para iniciar con las operaciones que realizará la empresa.

### **2.4.3. Ingresos**

(Fierro, 2011, pág. 204) *“Agrupa las cuentas que representan los beneficios operativos y financieros que percibe el ente económico en el desarrollo del giro normal de su actividad comercial en un ejercicio determinado”*

Los ingresos corresponden a todas las retribuciones tanto operativas como financieras que percibe una empresa para continuar con el giro normal del negocio.

### **2.4.4. Costos de Producción**

(García Colín, 2008, pág. 12) *“Costos de producción son los que se generan en el proceso de transformar las materias primas en productos elaborados. Son tres elementos que integran el costo de producción: materia prima directa, mano de obra indirecta y cargos indirectos”*

Costo de producción es la valoración monetaria de los gastos incurridos y aplicados en la obtención de un bien.

### **2.4.5. Costos de venta (gasto)**

(García Colín, 2008, pág. 12) *“Son los que se incurren en el área que se encarga de comercializar los productos terminados. Por ejemplo: sueldos y prestaciones de los empleados del departamento de ventas, comisiones a vendedores publicidad, etcétera.”*

Son todos aquellos gastos necesarios para asegurar la más perfecta y conveniente distribución de los productos manufacturados, hasta ponerlos a la disponibilidad de los consumidores, es decir son los relacionados con la preparación y almacenamiento de los artículos para la venta, la promoción de ventas, los gastos en que se incurre al realizar las ventas y, si no se tiene un departamento de reparto, también los gastos por este concepto.

#### **2.4.6. Costos de administración (gasto)**

*(García Colín, 2008, pág. 12) “Son los que se originan en el área administrativa; o sea, los relacionados con la dirección y manejo de las operaciones generales de la empresa. Por ejemplo: sueldos y prestaciones del director general, del personal de tesorería, de contabilidad, etcétera.”*

En otras palabras, comprende los gastos realizados por la organización en razón de sus actividades, pero que no son atribuibles a las funciones de compra, producción, comercialización y financiación de bienes o servicios.

#### **2.4.7. Costos financieros (gasto)**

*“Son los que se originan por la obtención de recursos ajenos que la empresa necesita para su desenvolvimiento.” (García Colín, 2008) p. 12*

Los costos o gastos financieros son los intereses que se deben pagar en relación con capitales obtenidos en préstamo. La ley tributaria permite cargar estos intereses como gastos deducibles de impuestos

#### **2.4.8. Costos directos**

*(García Colín, 2008, pág. 12) “Son aquellos costos que se pueden identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados o áreas específicas.”*

Son aquellos costos que se ven involucrados directamente con el producto terminado o se reflejan directamente en el servicio prestado, para ser contabilizados.

#### **2.4.9. Costos indirectos**

*(García Colín, 2008, pág. 12) “Son aquellos costos que no se pueden identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados o áreas específicas.”*



Son aquellos costos que no se reflejan directamente en el producto terminado o el servicio prestado, pero son indispensables para su fabricación.

#### **2.4.10. Materia prima**

(García Colín, 2008, pág. 16) *“Son los materiales que serán sometidos operaciones de transformación o manufactura para su cambio físico y/o químico, antes de que puedan venderse como productos terminados.”*

La materia prima comprende los materiales necesarios que serán transformados mediante procesos para que puedan ser vendidos como producto terminados y libres para la venta.

#### **2.4.11. Materia prima directa (MPD)**

(García Colín, 2008, pág. 16) *“Son todos los materiales sujetos a transformación, que se pueden identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados, como por ejemplo, la madera en la industria mueblera.”*

Son aquellos insumos o materiales que se ven involucrados directamente con el producto terminado o se reflejan directamente en el servicio prestado, para ser contabilizados.

#### **2.4.12. Materia prima indirecta (MPI)**

(García Colín, 2008, pág. 16) *“Son todos los materiales sujetos a transformación, que no se pueden identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados, por ejemplo, el barniz en la industria mueblera.”*

Son aquellos insumos o materiales que no se reflejan directamente en el producto terminado o el servicio prestado, pero son indispensables para su fabricación.

#### **2.4.13. Mano de obra**

(García Colín, 2008, pág. 16) *“Es el esfuerzo humano que interviene en el proceso de transformar las materias primas en productos terminados.”*

Es el recurso humano que requiere una empresa para que ayude con la ejecución de los procesos necesarios dentro de la misma para cumplir con los objetivos propuestos por la empresa.

#### **2.4.14. Mano de Obra Directa**

(García Colín, 2008, pág. 16) *“Son los salarios, prestaciones y obligaciones a que dan lugar, de todos los trabajadores de la fábrica, cuya actividad se puede identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados.”*

La mano de obra directa hace referencia a los trabajadores que prestan sus servicios para la empresa y contribuyen directamente con el producto terminado o servicio prestado.

#### **2.4.15. Mano de Obra Indirecta**

(García Colín, 2008, pág. 16) *“Son los salarios, prestaciones y obligaciones a que dan lugar, de todos los trabajadores de la fábrica, cuya actividad no se puede identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados.”*

La mano de obra indirecta hace referencia a los trabajadores que prestan sus servicios para la empresa y que aunque no contribuyen directamente con el producto terminado o servicio prestado, su presencia es indispensable para cumplir con los procesos de la empresa.

#### **2.4.16. Depreciaciones**

*(Baca Urbina, 2010, pág. 144)“El término depreciación tiene exactamente la misma connotación que amortización, pero el primero solo se aplica al activo fijo, ya que con el uso estos bienes valen menos; es decir se deprecian; en cambio la amortización solo se aplica a los activos diferidos o intangibles.”*

La depreciación es el cálculo que se aplica a los activos fijos para conocer su valor actual con el paso del tiempo.

#### **2.4.17. Estados de situación financiera proforma**

Según (Castro, 2006, pág. 227)

“Los estados financieros pro-forma tienen como objetivo pronosticar un panorama futuro del proyecto y se elaboran a partir de los presupuestos estimados de cada uno de los rubros que intervienen desde la ejecución del proyecto hasta su operación. Los estados financieros pro-forma más representativos son:

- Estado de resultados o pérdidas y ganancias.
- Estado de origen y aplicación de recursos.
- Estado de situación financiera o balance general.”

Los estados financieros proforma son aquellos que reflejan la proyección financiera de una empresa, reflejan la proyección de activos, pasivos y patrimonio requeridos para la iniciación del proyecto. Además proyecta los ingresos y gastos que se constituirán en la empresa para conocer si ésta generará utilidad o pérdida.

#### **2.4.18. Estado de situación inicial**

*(Araujo Arévalo, 2012)“Documento contable que refleja la situación patrimonial de una empresa en un momento del tiempo. Consta de dos partes, activo y pasivo. El activo muestra los elementos patrimoniales de la empresa, mientras que el pasivo detalla su origen financiero. La legislación exige que este documento sea imagen fiel del estado patrimonial de la empresa.”*

El estado de situación inicial es un documento contable que refleja la situación financiera de una empresa a una fecha determinada y que permite realizar un análisis comparativo de la misma para analizar su situación y evolución económica.

#### **2.4.19. Estado de resultados proforma**

*(Araujo Arévalo, 2012, pág. 115) “El estado de resultados proforma es un documento dinámico que tiene como finalidad mostrar los resultados económicos de la operación prevista del proyecto para los periodos subsecuentes y se elabora efectuando la suma algebraica de los ingresos menos los egresos estimados”.*

El estado de resultados proforma es un documento contable que nos permite observar si la empresa va a tener utilidad o pérdida en los años posteriores que se realice la proyección.

#### **2.4.20. Flujo de caja**

*(Baca Urbina, 2010) “El flujo de caja mide los recursos generados durante un determinado periodo de tiempo”.*

El flujo de caja refleja el movimiento que ha tenido el efectivo durante un período determinado. Constituye todas las entradas y salidas de efectivo que se han llevado a cabo con las diferentes actividades que desarrolla la empresa.

#### **2.4.21. Criterios de evaluación**

*Según (Baca Urbina, 2010) los criterios de evaluación son los que mediante el desarrollo de un estudio económico – financiero de forma secuencial se puede conocer la factibilidad y viabilidad de un proyecto para la aplicación de criterios si es rentable la inversión de dinero y cuánto se recuperará a través del tiempo.*

Son parámetros que mediante un estudio financiero indican la rentabilidad de un proyecto y determinar si éste es viable y factible para realizar la inversión.

#### **2.4.22. Valor presente neto**

(Baca Urbina, 2010, pág. 182) *“Valor presente neto (VPN) es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial”* p. 182

El valor actual neto es un método que se utiliza para determinar en el proyecto si se recupera la inversión inicial en el tiempo proyectado, si el resultado obtenido al realizar el cálculo del VAN es mayor que cero el proyecto se encuentra en condiciones de poner en marcha, en caso de que sea menor que cero se demostrará que el proyecto no sustenta las expectativas de los inversionistas.

#### **2.4.23. Tasa interna de rendimiento**

(Baca Urbina, 2010, pág. 184) *“Tasa interna de rendimiento (TIR) es la tasa de descuento por la cual el VPN es igual a cero,. Es la tasa que igual la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.”*

El TIR es un porcentaje que nos ayuda a definir si el proyecto es rentable, si el TIR es mayor a cero el proyecto es aceptado caso contrario se lo rechaza.

#### **2.4.24. Costo/Beneficio**

*Según lo afirma (Baca Urbina, 2010) El costo – beneficio es un indicador que permite proyectar el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual que se presente de los costos, incluida la inversión, para así establecer el margen de beneficio y analizar si es viable o no la realización del proyecto.*

El análisis de costo beneficio es un estudio del retorno financiero de nuestras inversiones, que establece la viabilidad del proyecto.

#### **2.4.25. Periodo de recuperación de la inversión (PRI)**

*(Castro, 2006, pág. 309) “El periodo de recuperación tiene como objetivo determinar el tiempo necesario para que el proyecto genere los recursos suficientes para recuperar la inversión realizada en él, es decir, los años, meses y días que habrán de transcurrir para que la erogación realizada se reembolse.”*

El periodo de recuperación de inversión determina el tiempo que se necesita para recuperar la inversión realizada en el proyecto, se expresa en años, meses y días.

#### **2.4.26. Punto de equilibrio**

*(García Colín, 2008, pág. 70) “El punto de equilibrio es aquel donde los ingresos totales son iguales a los costos totales; es decir, donde el volumen de ventas con cuyos ingresos se igualan los costos totales y la empresa no reporta utilidad pero tampoco pérdida.”*

El punto de equilibrio es donde se igualan los ingresos totales y los costos totales; es decir, que la empresa no reporta pérdida ni ganancia.

### **2.5. Estructura Organizacional**

#### **2.5.1. Estructura Organizacional**

*(Johson & Scholes, 2007) “Desde un punto de vista más amplio, comprende tanto la estructura formal (que incluye todo lo que está previsto en la organización), como la estructura informal (que surge de la interacción entre los miembros de la organización y con el medio externo a ella) dando lugar a la estructura de la organización”.*

La estructura organizacional, comprende el área que se desenvuelve la organización, establecer la misión visión y principales actividades de acuerdo con el cual las tareas son divididas, agrupadas, coordinadas y controladas, para que así se pueda perseguir el logro de objetivos.

### **2.5.2. Misión**

(Johson & Scholes, 2007) *“Es el propósito genérico acorde con los valores o expectativas de los stakeholders.”*

La misión es la razón de ser de la empresa, qué estrategias se utilizan para satisfacer los gustos, necesidades y preferencias de los diferentes grupos de interés con los que interactúa.

### **2.5.3. Visión**

(Johson & Scholes, 2007) *“O intención estratégica es el estado futuro deseado: la aspiración de la organización”.*

Hace referencia a qué quiere ser y a dónde quiere llegar la empresa en un determinado periodo de tiempo.

### **2.5.4. Valores**

Según, (Vásquez, 2008) *“los valores son el conjunto de principios, creencias, reglas que regulan la gestión de la organización, constituyen la filosofía empresarial y el soporte de la cultura organizacional”.*

Los valores son aquellas pautas que se establecen dentro de una empresa para establecer el comportamiento que debe tener el personal de una empresa para llevarla a la cima, brindando servicios con calidad y calidez.

### **2.5.5. Organigrama Estructural**

(Vásquez, 2008) *“Representa el esquema básico de una organización, lo cual permite conocer de una manera objetiva sus partes integrantes, es decir, sus unidades administrativas y la relación de dependencia que existe entre ellas”.*

El organigrama estructural de una empresa es el que refleja la forma jerárquica en la que está constituida una empresa, y también permite identificar los diferentes departamentos y áreas que existen dentro de la misma.

### **2.5.6. Organigrama Funcional**

*(Vásquez, 2008) “Parte del organigrama estructural y a nivel de cada unidad administrativa se detallan las funciones principales básicas. Al detallar las funciones se inicia por las más importantes y luego se registran aquellas de menor trascendencia. En este tipo de organigrama se determina qué es lo que se hace, pero no cómo se hace”*

El organigrama funcional es el que nos permite conocer detalladamente las funciones que cumple cada persona que pertenece a la empresa, es muy importante su existencia en la empresa ya que se evitará la duplicidad de funciones.

## **2.6. Impactos**

### **2.6.1. Impactos**

*(Jácome, 2005, pág. 171) “Los impactos son posibles consecuencias que pueden presentarse cuando se implante el proyecto, por lo tanto es importante analizar su efecto cualificando y cuantificando, porque permite establecer las posibles bondades o los posibles defectos que tiene el proyecto.”*

Los impactos corresponden a un análisis detallado y exhaustivo de lo que provoca los efectos positivos y/o negativos que genera un proyecto en diferentes ámbitos por medio de una matriz que permita cuantificarlos con el fin de elaborar planes de contingencia para reducir o mitigar dicho efecto.



## **CAPÍTULO III**

### **3. ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.1. Objetivos del Estudio de Mercado**

El Estudio de Mercado es la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización.

Por lo tanto el estudio de mercado es de gran importancia para el desarrollo de un proyecto o expansión de mercados en una empresa o industria, puesto que llega a determinar el éxito del mismo y es de mayor utilidad al momento de tomar decisiones y elaborar estrategias para llegar a los consumidores de manera eficiente y eficaz.

El presente estudio de mercado se realiza en la parroquia El Sagrario de la ciudad de Ibarra, para identificar y analizar las siguientes variables oferta, demanda, precio y estrategias comerciales, y así establecer nuestro servicio de catering el cual está dirigido a toda la población de la ciudad.

Para realizar este estudio se utiliza una investigación primaria a través de la observación, encuestas y entrevistas de los cuales nos facilite información confiable y pertinente. Además de la investigación secundaria: Indicadores macroeconómicos del Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC, Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia PDOT, entre otros.

El estudio de mercado nos permite determinar si es factible la creación de la empresa, tomando en cuenta las variables e indicadores analizados.

### **3.2. Objetivo General**

Realizar un Estudio de Mercado en base a datos obtenidos para analizar la demanda, precios, oferta, canales de distribución y marketing más eficientes a utilizar por la empresa de servicios de catering en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

### **3.3. Objetivos Específicos**

- Conocer la oferta existente del servicio de catering.
- Identificar la cantidad de demandantes que prefieren del servicio de catering social.
- Establecer un precio de venta idóneo y acorde con la capacidad adquisitiva de los posibles clientes de eventos sociales.
- Identificar los principales canales de distribución y marketing más eficientes, que permitan llegar de manera oportuna al cliente.
- Determinar las estrategias comerciales para el servicio de catering.

### **3.4. Variables e indicadores**

#### **3.4.1. Variables**

- Oferta
- Demanda
- Precio
- Canales de distribución
- Estrategias comerciales

#### **3.4.2. Indicadores**

A continuación se presentan los principales indicadores de acuerdo a las variables antes mencionadas:

**Oferta**

- Cantidad de servicios de catering (Competencia)
- Servicio adicionales
- Satisfacción del cliente

**Demanda**

- Cantidad de consumidores
- Frecuencia de eventos
- Tamaño del evento
- Gustos y preferencias

**Precio**

- Poder adquisitivo (Consumidores)
- Precio de venta del servicio
- Forma de pago (50%; Tarjeta)

**Canales de distribución**

- Directo
- Servicio a domicilio
- Local de eventos

**Estrategias comerciales**

- Publicidad
- Promoción

Tabla 3

## Matriz de relación de mercado

OBJETIVOS	VARIABLE	INDICADORES	FUENTES DE INFORMACIÓN	TÉCNICAS	POBLACIÓN INVESTIGADA
Conocer la oferta existente del servicio de catering en la ciudad de Ibarra	Oferta	Cantidad de servicios de catering (Competencia)	Secundaria	Observación	Competencia Habitantes de la Ciudad de Ibarra
		Servicios adicionales Satisfacción del cliente	Primaria	Encuesta Entrevista	
Identificar la cantidad de demandantes que prefieren del servicio de catering	Demanda	Cantidad de consumidores	Primaria	Encuesta	Habitantes de la Ciudad de Ibarra
		Frecuencia de eventos Tamaño del evento Gustos y preferencias			
Establecer un precio de venta idóneo y acorde con la capacidad adquisitiva de los posibles clientes	Precio	Poder adquisitivo (Consumidores)	Primaria	Ministerio Relaciones Laborales Encuesta	Competencia Habitantes de la Ciudad de Ibarra
		Precio de venta del servicio Forma de pago			
Identificar los principales canales de distribución más eficientes, que permitan llegar de manera oportuna al cliente	Canales de Distribución	Directo Servicio a domicilio Local de eventos	Primaria	Encuesta	Habitantes de la Ciudad de Ibarra
Analizar las posibles estrategias comerciales para emplear en el posicionamiento del servicio de catering	Estrategias comerciales	Publicidad Promoción	Primaria	Encuesta	Habitantes de la Ciudad de Ibarra

Elaborado por: Las Autoras

### 3.5. Población y muestra

#### 3.5.1. Identificación de la población

El servicio de catering está dirigido a los habitantes de la parroquia El Sagrario, ciudad de Ibarra, que ha tenido en los últimos años un importante crecimiento en el ámbito de turismo y comercial. El proyecto se desarrolla tomando en consideración una alimentación sana en base a preferencias, gustos y necesidades del consumidor, y aplicación de nuevas estrategias de atención al público como es el catering. Se busca posicionamiento en el mercado y tener un reconocimiento ante los clientes por la calidad del servicio y sus productos a ofrecer a dicho mercado.

El mercado meta son los habitantes de la parroquia El Sagrario, de la ciudad de Ibarra. Para esto se toma en cuenta la Población Económicamente Activa con las respectivas proyecciones del último censo de población y vivienda del año 2010.

Se ha determinado para el análisis la población de la ciudad de Ibarra con un total de 181.175 habitantes. Del total de habitantes 131.856 pertenecen al área urbana, de los cuales el 33,41% corresponden a la parroquia El Sagrario, es decir 44053 habitantes y, según el dato del INEC en el 2010 el promedio de los habitantes por familia es de 4,5 personas, por lo tanto la población de la que se extraerá la muestra es de 9.789 familias

#### 3.5.2. Identificación de la muestra

Para determinar el consumo del servicio de catering, utilizaremos la siguiente formula:

$$n = \frac{Nd^2Z^2}{(N-1)E^2 + d^2Z^2}$$

n= Tamaño de la muestra.

N= Universo o población a estudiarse.

d= Varianza de la población = 0.5

N – 1= Corrección que se usa para muestras mayores a 30 unidades.

E= Límite aceptable de error de muestra = 5 %

Z= Nivel de confianza 95 % equivale a 1.96

$$n = \frac{9789(0,5)^2(1,96)^2}{(9789 - 1)(0,05)^2 + (0,5)^2(1,96)^2}$$

$$n = \frac{9401,3556}{25.4304}$$

$$n = 370$$

### 3.6. Descripción del servicio

La organización de eventos sociales es un servicio innovador, original y personalizado que se brinda a aquellas familias que desean celebrar un evento social de cualquier índole y no cuentan con el tiempo suficiente para organizarlo, por esta razón deciden contratar el servicio de catering que consiste en la producción de alimentos y bebidas para fiestas y eventos, en el que se requerirá su posterior entrega en el lugar en el que se vaya a realizar el evento, satisfaciendo todas aquellas necesidades adicionales que se requieran, como el servicio de decoración, iluminación, sonido, mantelería, camareros y personal de limpieza; siendo este antes, durante y posterior al evento.

La intención de este servicio es satisfacer el gusto y preferencias de los clientes, para esto se brinda un servicio personalizado y de calidad, para lo que se buscará la mejor estrategia para que el servicio cumpla todas las expectativas del cliente.

El servicio de catering es aquel que contratan los clientes que desean realizar algún evento social. Con los profesionales que brindarán el servicio, el contratante acuerda las posibles opciones en cuanto presupuesto, calidad, cantidad y otras características vinculadas a la prestación del servicio y la gastronomía. Actualmente existe un mercado con más exigencias, con gustos y necesidades particulares y variadas, por lo que es importante ofrecer nuevas alternativas al momento de la prestación del servicio, generando confianza y seguridad en los clientes.

Al iniciar la empresa su prioridad está en la prestación del servicio de catering para lo que se enfocará en realizar menús al estilo gourmet, y se ofrecerá los menús que se detallan en el anexo 7, cuando la empresa empiece a generar utilidades se ofrecerá más servicios como: tarjetería, recuerdos, arreglos florales.

### 3.6.1. Tabulación de la información

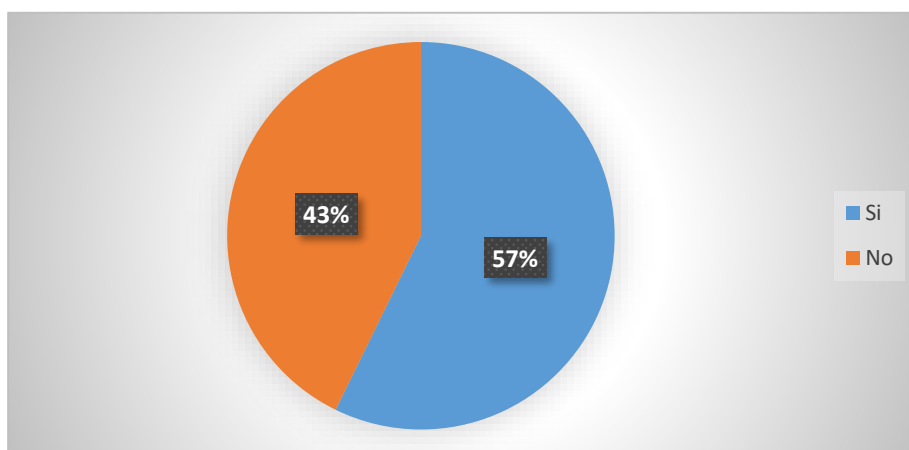
#### 1. ¿Alguna vez usted ha utilizado los servicios de una empresa de catering para organizar eventos sociales?

**Tabla 4**

*¿Alguna vez usted ha utilizado los servicios de una empresa de catering para organizar eventos sociales?*

CATEGORIA	FRECUENCIA	%
Si	212	57,3
No	158	42,7
<b>TOTAL</b>	<b>370</b>	<b>100</b>

Elaborado por: Las autoras  
Fuente: Encuesta



**Figura 2**

*¿Alguna vez usted ha utilizado los servicios de una empresa de catering para organizar eventos sociales?*

Elaborado por: Las autoras  
Fuente: Encuesta

#### **Análisis:**

Los resultados de la investigación determinan que gran parte de la población encuestada alguna vez utilizó los servicios de catering para la organización de eventos sociales, esto debido a que no contaban con el tiempo suficiente para organizarlo por su propia cuenta; mientras que una minoría no ha requerido los servicios de catering porque han organizado eventos pequeños que han sido netamente familiares.



**1.1. Si su respuesta anterior fue si, indique: ¿Qué empresa le brindó el servicio?**

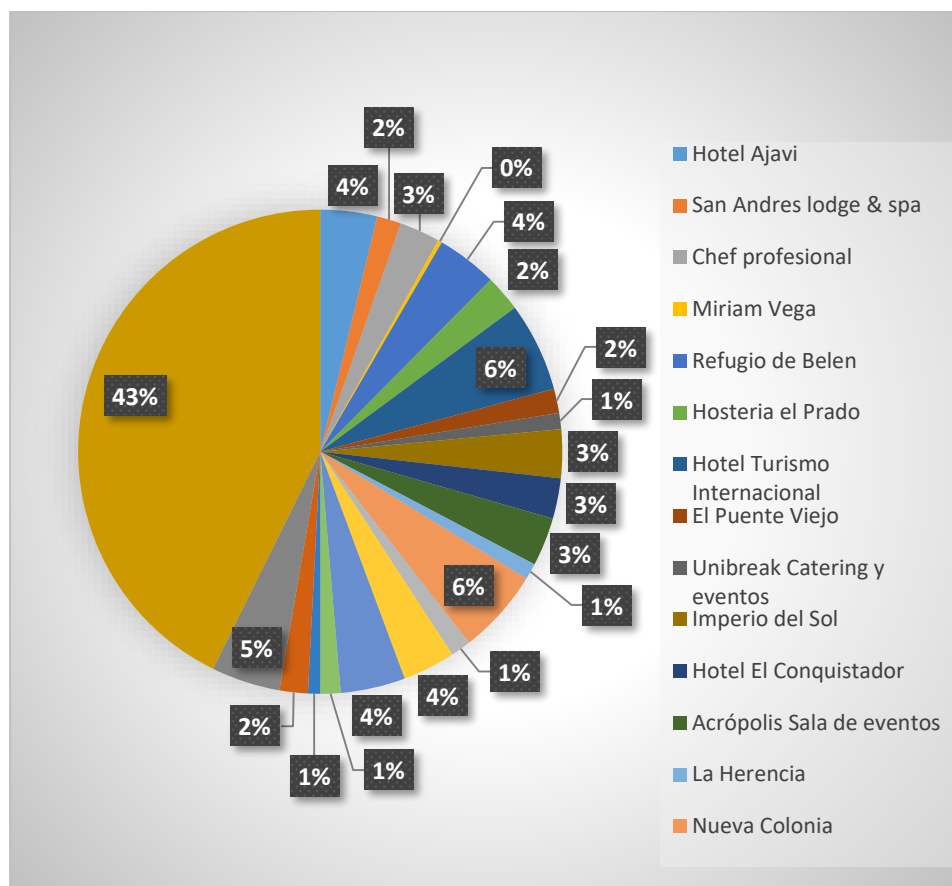
**Tabla 5**

**Qué empresa le brindó el servicio**

<b>CATEGORIA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
Hotel Ajaví	14	3,8
San Andrés Lodge & Spa	6	1,6
Chef profesional	10	2,7
Miriam Vega	1	0,3
Refugio de Belén	15	4,1
Hostería el Prado	9	2,4
Hotel Turismo Internacional	22	5,9
El Puente Viejo	6	1,6
Unibreak Catering y eventos	4	1,1
Imperio del Sol	12	3,2
Hotel El Conquistador	11	2,7
Acrópolis Sala de eventos	12	3,2
La Herencia	4	1,1
Nueva Colonia	23	5,7
El Totoral	5	1,4
La Quinta San Miguel	13	3,5
Tennis Country Club	16	4,3
La Esthelita	6	1,4
Casa de Eventos Troya	3	0,8
Hostal Palma Real	8	1,9
Otros	17	4,6
No utiliza	158	42,7
<b>TOTAL</b>	<b>370</b>	<b>100</b>

Elaborado por: Las autoras

Fuente: Encuesta



**Figura 3**

***Qué empresa le brindó el servicio***

Elaborado por: Las autoras  
Fuente: Encuesta

**Análisis:**

Se determina que en la zona de estudio existen varios establecimientos que prestan el servicio de catering, entre los que más destacan están el Hotel Nueva Colonia, Hotel Turismo Internacional, Refugio de Belén, Hotel Ajaví e Ibarra Tennis Country Club, algunos de ellos destacan por sus precios que son cómodos para los clientes, pero la mayoría se destacan por la calidad del servicio prestado.

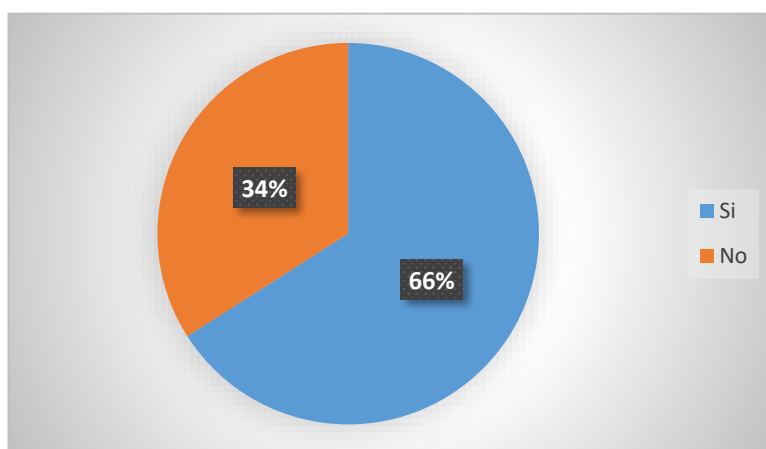
## 2. ¿Conoce usted alguna empresa que preste servicios de catering (organización de eventos sociales)?

**Tabla 6**

*¿Conoce usted alguna empresa que preste servicios de catering (organización de eventos sociales)?*

CATEGORIA	FRECUENCIA	%
Si	245	66,2
No	125	33,8
<b>TOTAL</b>	<b>370</b>	<b>100</b>

Elaborado por: Las autoras  
Fuente: Encuesta



**Figura 4**

*¿Conoce usted alguna empresa que preste servicios de catering (organización de eventos sociales)?*

Elaborado por: Las autoras  
Fuente: Encuesta

### **Análisis:**

Después de haber realizado la investigación se observa que un alto porcentaje de personas tiene conocimiento de alguna empresa que preste servicios de catering.

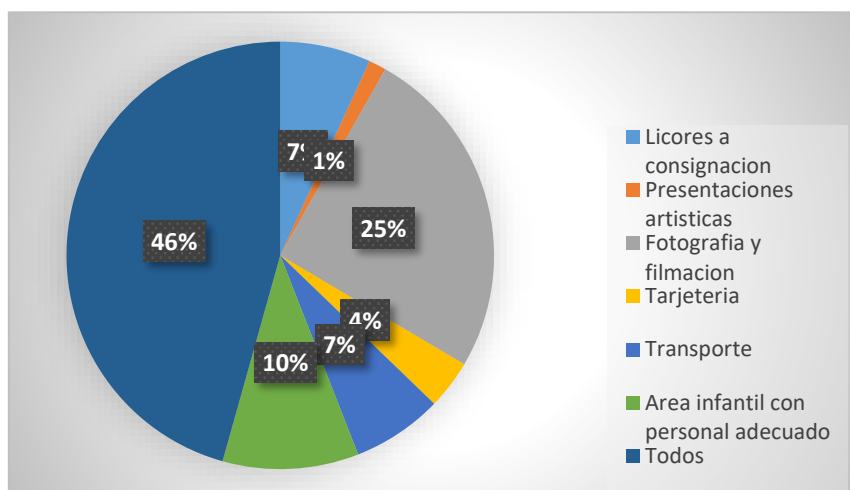
### 3. ¿Qué servicios adicionales le gustaría que le brinde la empresa de catering?

**Tabla 7**

**Que servicios adicionales le gustaría que le brinde la empresa de catering**

CATEGORIA	FRECUENCIA	%
Licores a consignación	25	6,8
Presentaciones artísticas	5	1,4
Fotografía y filmación	94	25,4
Tarjetería	13	3,5
Transporte	24	6,5
Área infantil con personal adecuado	38	10,3
Todos	171	46,2
<b>TOTAL</b>	<b>370</b>	<b>100,0</b>

Elaborado por: Las autoras  
Fuente: Encuesta



**Figura 5**

**Que servicios adicionales le gustaría que le brinde la empresa de catering**

Elaborado por: Las autoras  
Fuente: Encuesta

#### **Análisis:**

Con la aplicación de la encuesta se determina que la mayoría de los clientes prefieren servicios adicionales como licores a consignación, presentaciones artísticas, tarjetería, transporte y siendo los más requeridos un área infantil con personal adecuado y el servicio de fotografía y filmación, ya que esto ayuda a que los clientes disfruten de su evento sin tener ninguna preocupación.

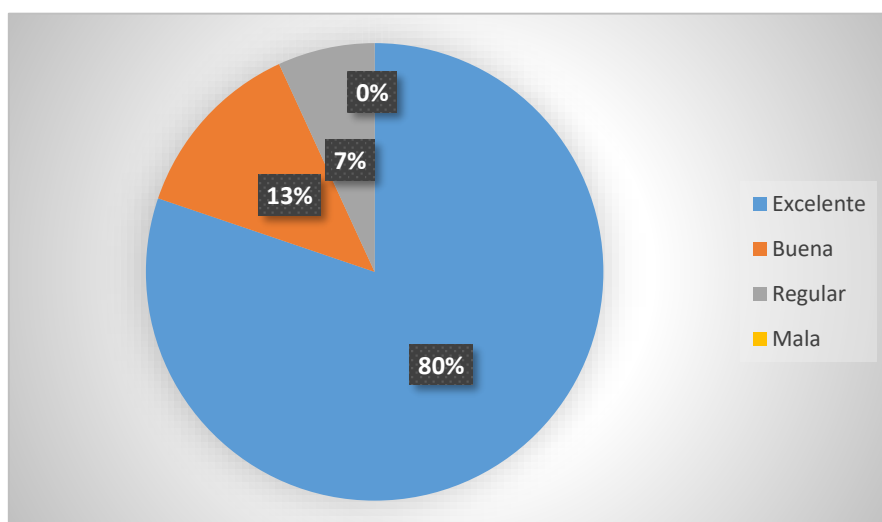
#### 4. ¿Cómo considera la atención que ha recibido en el lugar donde se realizó su evento social?

**Tabla 8**

*Cómo considera la atención que ha recibido en el lugar donde se realizó su evento social*

CATEGORIA	FRECUENCIA	%
Excelente	298	80,5
Buena	47	12,7
Regular	25	6,8
Mala	0	0,0
<b>TOTAL</b>	<b>370</b>	<b>100</b>

Elaborado por: Las autoras  
Fuente: Encuesta



**Figura 6**

*Cómo considera la atención que ha recibido en el lugar donde se realizó su evento social*

Elaborado por: Las autoras  
Fuente: Encuesta

#### **Análisis:**

En la investigación realizada se ha podido determinar que la atención en los lugares donde se ha realizado algún evento social, la mayor parte de la población encuestada manifiesta que ha sido excelente su experiencia en esta contratación, mientras que una pequeña parte se ubica entre buena y regular, lo que refleja que no ha existido una óptima atención en los lugares que han asistido, de modo que no se logró satisfacer por completo sus requerimientos y necesidades.

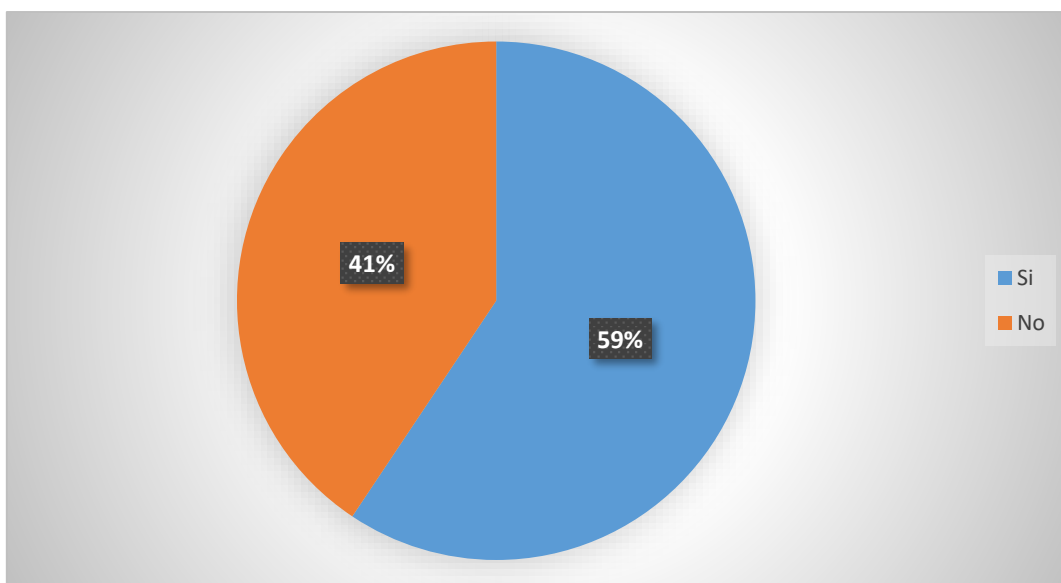
**5. ¿Estaría dispuesto a contratar los servicios de una empresa que le ayude con la organización de su evento?**

**Tabla 9**

*Estaría dispuesto a contratar los servicios de una empresa que le ayude con la organización de su evento*

CATEGORIA	FRECUENCIA	%
Si	220	59,5
No	150	40,5
<b>TOTAL</b>	<b>370</b>	<b>100</b>

Elaborado por: Las autoras  
Fuente: Encuesta



**Figura 7**

*Estaría dispuesto a contratar los servicios de una empresa que le ayude con la organización de su evento*

Elaborado por: Las autoras  
Fuente: Encuesta

**Análisis:**

De acuerdo a los resultados obtenidos de la investigación se observa que un alto porcentaje de la población encuestada sí estaría dispuesto a contratar los servicios de una empresa que brinde los servicios de catering.

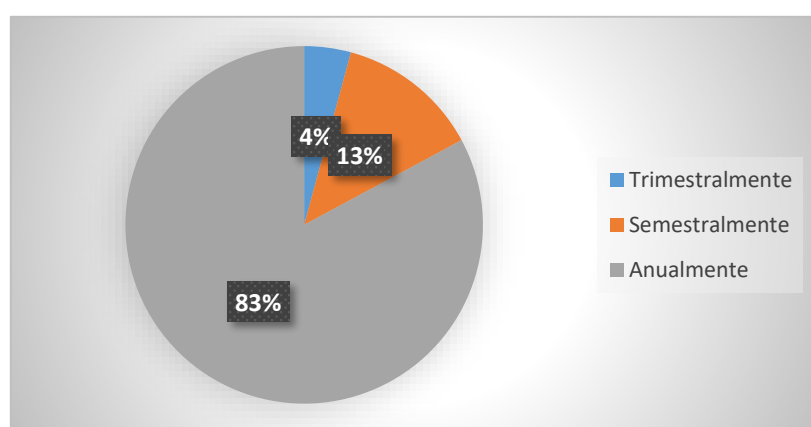
## 6. ¿Con qué frecuencia realiza usted un evento?

**Tabla 10**

*Con que frecuencia realiza usted un evento*

CATEGORIA	FRECUENCIA	%
Trimestralmente	14	3,8
Semestralmente	47	12,7
Anualmente	309	83,5
<b>TOTAL</b>	<b>370</b>	<b>100</b>

Elaborado por: Las autoras  
Fuente: Encuesta



**Figura 8**

*Con que frecuencia realiza usted un evento*

Elaborado por: Las autoras  
Fuente: Encuesta

### **Análisis:**

Se observa mediante la encuesta que gran parte de la población realiza por lo menos un evento anualmente, mientras que la otra parte de la población expresa que realiza eventos sociales semestral o trimestralmente.

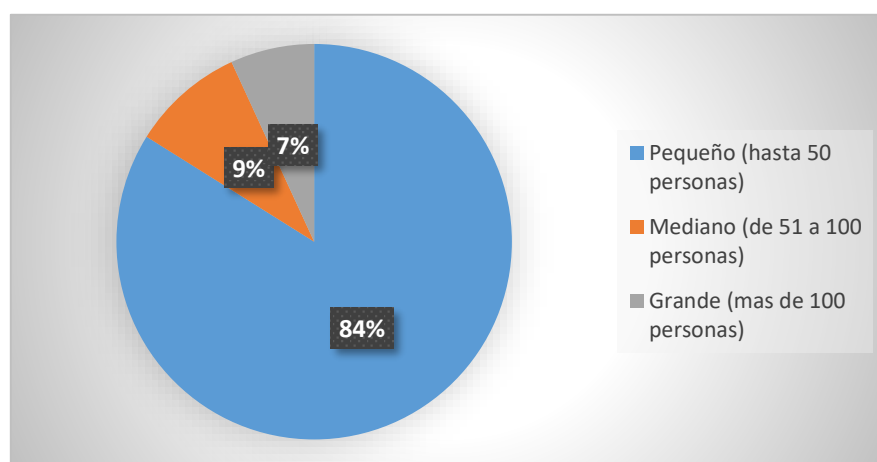
## 7. ¿De qué tamaño es el evento que realizó?

**Tabla 11**

**De qué tamaño es el evento que realizó**

CATEGORIA	FRECUENCIA	%
Pequeño (hasta 50 personas)	310	83,8
Mediano (de 51 a 100 personas)	33	8,9
Grande (más de 100 personas)	27	7,3
<b>TOTAL</b>	<b>370</b>	<b>100</b>

Elaborado por: Las autoras  
Fuente: Encuesta



**Figura 9**

**De qué tamaño es el evento que realizó**

Elaborado por: Las autoras  
Fuente: Encuesta

### **Análisis:**

La mayoría de los eventos sociales realizados en la ciudad de Ibarra han sido pequeños, esto se debe a que la población de la ciudad de Ibarra prefiere realizar eventos sociales privados y familiares, debido a que de acuerdo a las costumbres de su gente no se contrata el servicio para eventos públicos grandes.



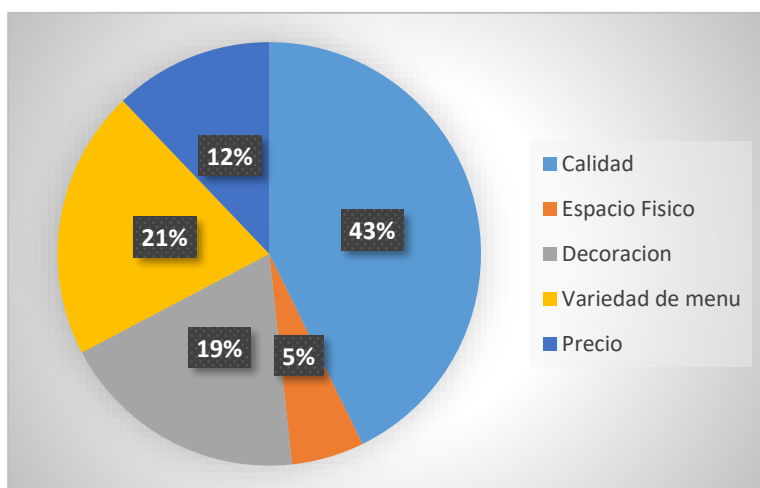
## 8. ¿Qué aspectos considera usted importantes a la hora de contratar un servicio de catering?

**Tabla 12**

*Que aspectos considera usted importantes a la hora de contratar un servicio de catering*

CATEGORIA	FRECUENCIA	%
Calidad	159	43,0
Espacio Físico	19	5,1
Decoración	71	19,2
Variedad de menú	76	20,5
Precio	45	12,2
<b>TOTAL</b>	<b>370</b>	<b>100</b>

Elaborado por: Las autoras  
Fuente: Encuesta



**Figura 10**

*Que aspectos considera usted importantes a la hora de contratar un servicio de catering*

Elaborado por: Las autoras  
Fuente: Encuesta

### **Análisis:**

Mediante la encuesta se determina que la mayoría de la población prefiere la calidad del servicio más no el precio, con lo que se analiza que en el mercado se debe competir con la calidad del servicio y establecer precios considerables.

## 9. ¿Qué cantidad de dinero estaría dispuesto a destinar para la realización de un evento social?

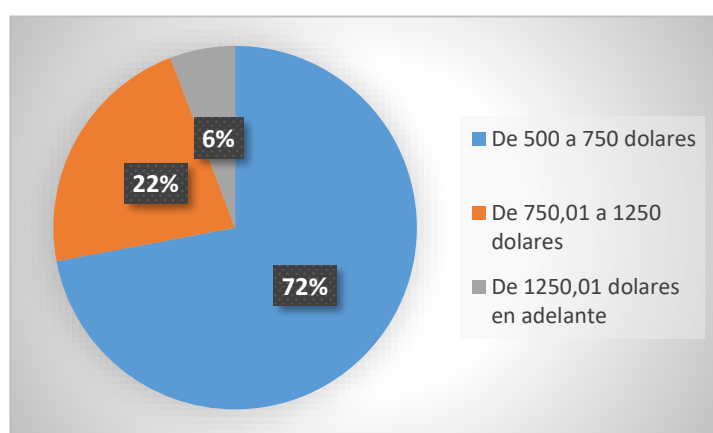
**Tabla 13**

*Qué cantidad de dinero estaría dispuesto a destinar para la realización de un evento social*

CATEGORIA	FRECUENCIA	%
De 500 a 750 dólares	267	72,2
De 750,01 a 1250 dólares	82	22,1
De 1250,01 dólares en adelante	21	5,7
<b>TOTAL</b>	<b>370</b>	<b>100</b>

Elaborado por: Las autoras

Fuente: Encuesta



**Figura 2**

*Qué cantidad de dinero estaría dispuesto a destinar para la realización de un evento social*

Elaborado por: Las autoras

Fuente: Encuesta

### **Análisis:**

La mayor parte de la población encuestada prefiere contratar este servicio por el precio más bajo que oscila entre \$500 y \$750 dólares, esto se puede notar por la situación económica que atraviesa el país, por lo que el presupuesto destinado para el evento no es tan alto.

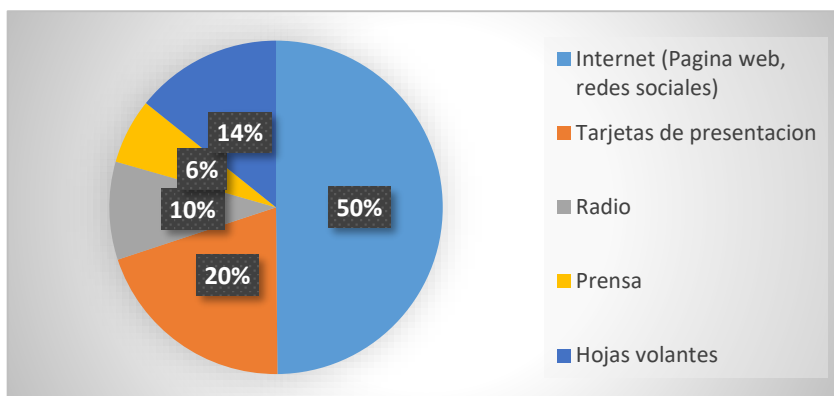
## 10. ¿A través de que medio le gustaría recibir información de una nueva empresa de servicios de catering?

**Tabla 14**

*A través de que medio le gustaría recibir información de una nueva empresa de servicios de catering*

CATEGORIA	FRECUENCIA	%
Internet (Pagina web, redes sociales)	185	50,0
Tarjetas de presentación	75	20,3
Radio	35	9,5
Prensa	23	6,1
Hojas volantes	52	14,1
<b>TOTAL</b>	<b>370</b>	<b>100</b>

Elaborado por: Las autoras  
Fuente: Encuesta



**Figura 3**

*A través de que medio le gustaría recibir información de una nueva empresa de servicios de catering*

Elaborado por: Las autoras  
Fuente: Encuesta

### **Análisis:**

Después de haber realizado la investigación se observa que la mayoría de población prefiere conocer de la prestación del servicio por internet mediante la página web de la empresa o redes sociales que por el avance tecnológico al que se acoge la sociedad hoy en día permite a este ser un excelente mecanismo para llegar a la población.

### 3.7. Análisis de la demanda

No se cuenta con cifras de datos históricos sobre el servicio de catering (organización de eventos sociales) en el lapso de los últimos cinco años.

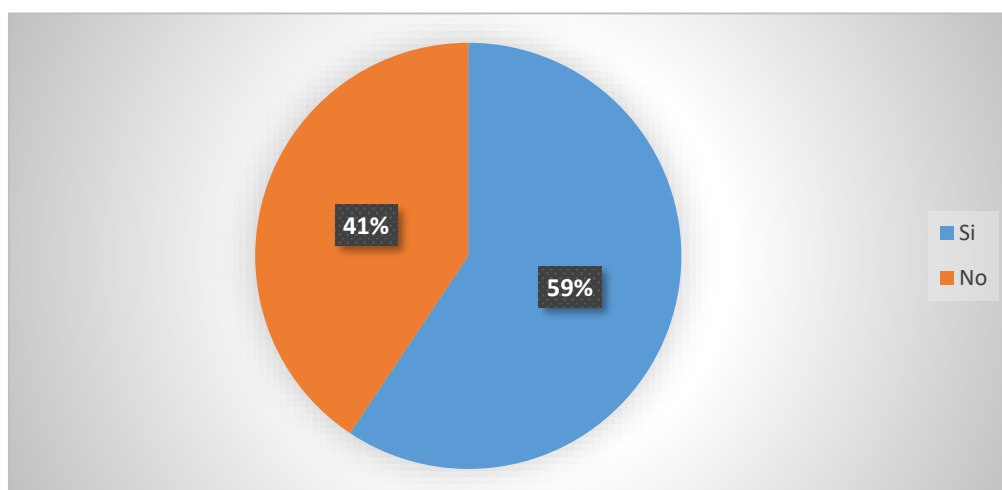
Para obtener información sobre este aspecto en específico se aplicó una encuesta a 370 personas de la parroquia El Sagrario, ciudad de Ibarra, en la que la pregunta específica para llegar a conocer lo requerido es: ¿Estaría dispuesto a contratar los servicios de una empresa que le ayude con la organización de su evento?, en donde a continuación tenemos los resultados que brindó esta pregunta de acuerdo a las necesidades de los habitantes de la ciudad de Ibarra.

**Tabla 15**

***¿Estaría dispuesto a contratar los servicios de una empresa que le ayude con la organización de su evento?***

CATEGORIA	FRECUENCIA	%
Si	220	59,5
No	150	40,5
<b>TOTAL</b>	<b>370</b>	<b>100</b>

Elaborado por: Las autoras  
Fuente: Encuesta



**Figura 4**

***¿Estaría dispuesto a contratar los servicios de una empresa que le ayude con la organización de su evento?***

Elaborado por: Las autoras  
Fuente: Encuesta

De acuerdo a los resultados obtenidos se observa que gran parte de la población encuestada sí estaría dispuesto a contratar los servicios de una empresa que brinde los servicios de catering.

Al analizar la información se puede ver que si en la parroquia El Sagrario existen 9.789 familias, y el 59,5% de éstas si desea contratar un servicio que les ayude con la organización de sus eventos sociales, por lo que se tendrá como resultado que la demanda potencial que existe para el servicio de catering es de 5.824 familias.

### **3.7.1. Proyección de la demanda**

Tomando como referencia la demanda potencial de 5.824 familias y tasa de crecimiento económico de la Población Económicamente Activa es del 2,99% anual. (INEC, 2010).

La tabla de crecimiento proyectado de la demanda aplicando la tasa de crecimiento sería:

#### **Cálculo:**

$$P_p = P_b(1 + i)^n$$

#### **En donde:**

**P<sub>p</sub>**= Población futura

**P<sub>b</sub>**= Población inicial

**i**= tasa de crecimiento anual

**n**= Año proyectado

**Cálculos:**• **Año 2017**

5824

• **Año 2018**

$$Pp = Pb(1 + i)^1$$

$$Pp = 5824(1 + 0,0299)^1$$

$$Pp = 5998$$

**Tabla 16****Proyección de la Demanda de eventos sociales**

Proyección de la Demanda de eventos sociales	
Años	Números de eventos
2017	5,824
2018	5,998
2019	6,177
2020	6,362
2021	6,552

Elaborado por: Las autoras  
Fuente: Encuesta

**3.8. Análisis de la oferta**

La oferta que se deriva de diferentes lugares como son hoteles, hosterías, quintas, entre otros, puede situarse como una oferta distribuida ante los sitios mencionados, ya que se trata de varios administradores que ofrecen solo cierto tipo de servicios y el resto o adicionales se debe acudir a otros mercados.

El reto es crear una oferta que nos permita ser diferente ante la competencia. La parroquia El Sagrario de la ciudad de Ibarra tiene un potencial de alta calidad que podría ser un mercado objetivo óptimo para el desarrollo de dichos eventos.

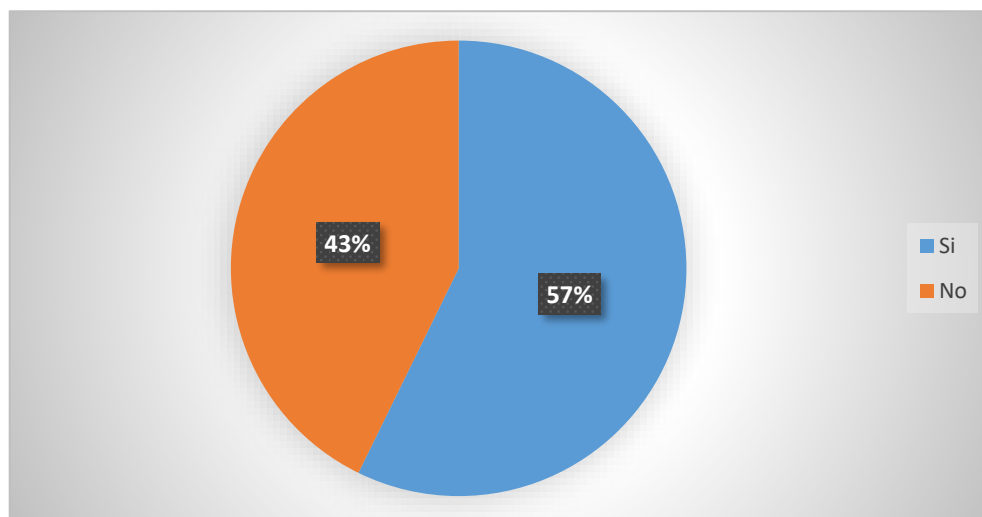
Al no poder determinar el comportamiento de la oferta hemos planteado en la encuesta la siguiente pregunta ¿Alguna vez usted ha utilizado los servicios de una empresa de catering para organizar eventos sociales? Los resultados se muestran a continuación.

**Tabla 17**

**¿Alguna vez usted ha utilizado los servicios de una empresa de catering para organizar eventos sociales?**

CATEGORIA	FRECUENCIA	%
Si	212	57.3
No	158	42.7
<b>TOTAL</b>	<b>370</b>	<b>100</b>

Elaborado por: Las autoras  
Fuente: Encuesta



**Figura 5**

**¿Alguna vez usted ha utilizado los servicios de una empresa de catering para organizar eventos sociales?**

Elaborado por: Las autoras  
Fuente: Encuesta

De acuerdo a los anteriores resultados se observa que el mayor porcentaje de la población encuestada si ha utilizado los servicios de una empresa de catering, y la menor parte mencionó que no ha utilizado por falta de conocimiento de empresas que presten el servicio.

Al analizar dicha información se logra observar que en la parroquia El Sagrario existen 9.789 familias, y el 57.3% de éstas acudirían a demandar del servicio, por ende se determina que la oferta actual es de 5.609 familias satisfechas.

### 3.8.1. Proyección de la oferta

Si se tiene en cuenta estos resultados, se podría decir que la oferta actual del servicio de catering es de 5.609 familias y si a éste le aplicamos la tasa de crecimiento de la Población Económicamente Activa que es del 2,99% (INEC, 2010). La proyección de la oferta sería la siguiente.

**Tabla 18**  
**Proyección de la oferta**

Años	Número de eventos
2017	5,609
2018	5,777
2019	5,949
2020	6,127
2021	6,311

Elaborado por: Las autoras  
Fuente: Encuesta

### 3.8.2. Demanda potencial

Con lo desarrollado hasta el momento en el presente capítulo de los eventos sociales y el perfil de los posibles clientes, es posible realizar un análisis de la demanda potencial sobre la prestación del servicio de catering.

La demanda potencial resulta de la diferencia entre los clientes que requerirán el servicio y los lugares que ya se encuentran desarrollados en el área.



Al comparar las proyecciones de la demanda y de la oferta, se observa que la oferta actual no cumple con los requerimientos de la población, a continuación se presenta el siguiente cuadro comparativo.

**Tabla 19**

***Demanda Potencial***

<b>Año</b>	<b>Demanda</b>	<b>Oferta</b>	<b>Demanda Potencial</b>
<b>2017</b>	5,824	5,609	215
<b>2018</b>	5,998	5,777	221
<b>2019</b>	6,177	5,949	228
<b>2020</b>	6,362	6,127	235
<b>2021</b>	6,552	6,311	242

Elaborado por: Las autoras  
Fuente: Encuesta

### **3.9. Análisis y determinación de precios**

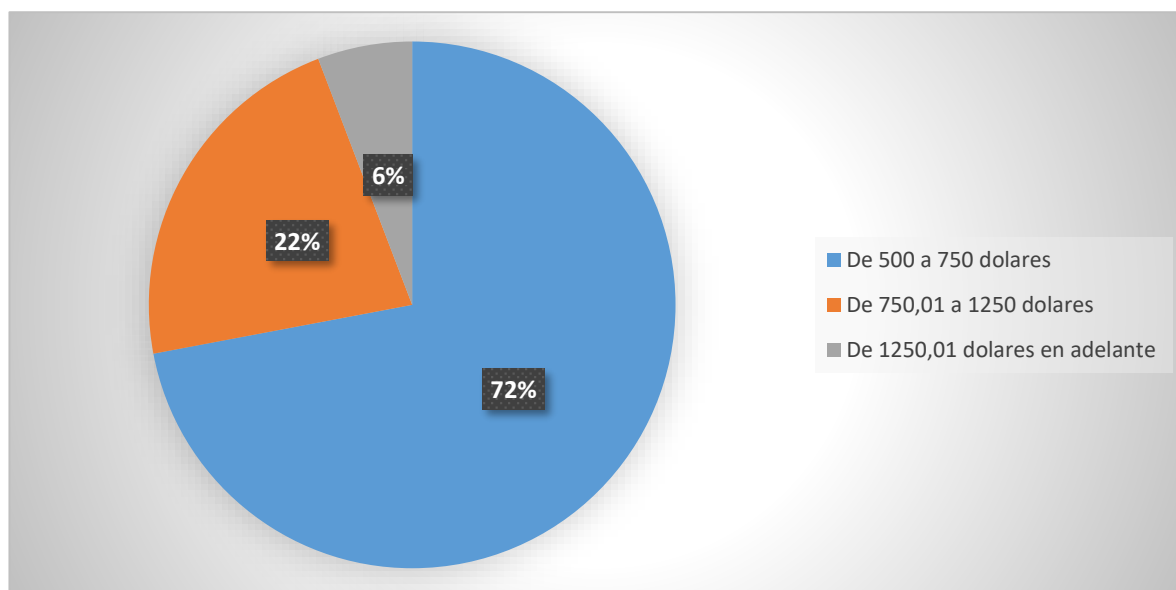
Para determinar el precio de los diferentes eventos se ha realizado una pregunta en la encuesta: ¿Qué cantidad de dinero estaría dispuesto a destinar para la realización de un evento social? Y los resultados obtenidos son los siguientes:

**Tabla 20**

***¿Qué cantidad de dinero estaría dispuesto a destinar para la realización de un evento social?***

<b>CATEGORIA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
De 500 a 750 dólares	267	72,2
De 750,01 a 1250 dólares	82	22,1
De 1250,01 dólares en adelante	21	5,7
<b>TOTAL</b>	<b>379</b>	<b>100</b>

Elaborado por: Las autoras  
Fuente: Encuesta



**Figura 6**

***¿Qué cantidad de dinero estaría dispuesto a destinar para la realización de un evento social?***

Elaborado por: Las autoras  
Fuente: Encuesta

La mayor parte de la población encuestada prefiere contratar este servicio por el precio más bajo que oscila entre \$500 y \$750 dólares, esto se puede notar por la situación económica que atraviesa el país.

Para realizar la proyección de precios de los próximos 5 años, se toma como información que en Marzo de 2017, de acuerdo al Índice de Precios al Consumidor (IPC) la tasa de inflación es de 0,42% anual. (INEC, 2017)

**Tabla 21**

***Proyección de precios***

Tipos de eventos	Alternativa en Dólares					
	Años					
	2017	2018	2019	2020	2021	2022
<b>Pequeños</b>	500,00	502,10	504,21	506,33	508,45	510,59
<b>Medianos</b>	750,01	753,16	756,32	759,50	762,69	765,89
<b>Grandes</b>	1.250,01	1.255,26	1.260,53	1.265,83	1.271,14	1.276,48

Elaborado por: Las autoras  
Fuente: Encuesta

A partir de la investigación de campo se determinó que el precio para la realización de eventos sociales varía de \$500 a \$1250 dólares o más, esto depende del tipo de evento, el número de participantes, la variedad del menú y los servicios adicionales que requiera el cliente.

Para la fijación del precio del producto se consideran múltiples factores como:

- Costo unitario
- Margen de ganancia
- Oferta
- Demanda
- Servicios adicionales

Mediante entrevistas efectuadas a la competencia se conoce que la estrategia de fijación de precio empleada es de acuerdo a las necesidades de los clientes.

Entre otras técnicas está la fijación de un precio menor al de la competencia, siempre que satisfaga las expectativas del cliente, y sus ventajas son:

- Facilitar el ingreso al mercado
- Aumentar el volumen de ventas
- Buscar posicionamiento en el mercado

### **3.10. Análisis de la comercialización, distribución y publicidad del producto**

La comercialización del servicio será realizada por petición del cliente, el servicio llegará a donde el cliente desee que se realice su evento, para lo que también se brindará opciones para de elección del espacio físico.

La publicidad aplicada para el desarrollo de este proyecto debe ser orientada a segmentos específicos, basada en la comunicación diferenciada de los servicios a ofrecer.

Con el apoyo de medios de comunicación se podrá dar a conocer a la población de la ciudad de Ibarra, como el servicio de catering en base a una serie de elementos que conforman la oferta, midiendo la diferencia entre la importancia asignada a cada factor como analizando dentro de las expectativas y la realidad percibida sería atractiva para los mismos.

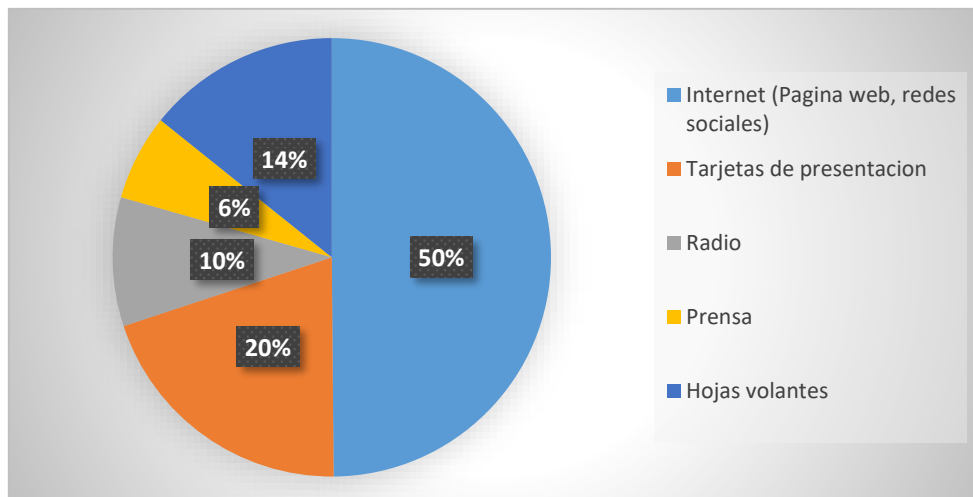
Para ello mediante los resultados obtenidos de las encuestas mediante la siguiente pregunta: ¿A través de que medio le gustaría recibir información de una nueva empresa de servicios de catering? y se obtiene los siguientes resultados:

**Tabla 22**

***¿A través de que medio le gustaría recibir información de una nueva empresa de servicios de catering?***

<b>CATEGORIA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
Internet (Pagina web, redes sociales)	185	50,0
Tarjetas de presentación	75	20,3
Radio	35	9,5
Prensa	23	6,1
Hojas volantes	52	14,1
<b>TOTAL</b>	<b>37</b>	<b>100</b>

Elaborado por: Las autoras  
Fuente: Encuesta



**Figura 7**

***¿A través de que medio le gustaría recibir información de una nueva empresa de servicios de catering?***

Elaborado por: Las autoras  
Fuente: Encuesta

En la encuesta realizada a la población de la ciudad de Ibarra se observa que la mayoría de clientes prefiere conocer de la prestación del servicio por internet mediante la página web de la empresa o redes sociales que por el avance tecnológico al que se acoge la sociedad hoy en día permite a este ser un excelente mecanismo para llegar a la población.

Se tomará en cuenta en base a los resultados de las encuestas aplicadas que la divulgación de la publicidad se realizará mediante redes sociales como Facebook y la página web de la empresa, también se dará de las tarjetas de presentación puesto que esto le otorga al cliente más seriedad y responsabilidad de la empresa.

### 3.11. Conclusiones

Habiendo realizado el análisis de las variables del estudio de mercado se llega a las siguientes conclusiones:

- En el estudio de mercado se pudo establecer que a pesar de existir lugares que presten el servicio de catering pocos cubren los gustos y necesidades del cliente.
- La competencia en algunas ocasiones no cubre con todos los requerimientos de los clientes, debido a que varias veces no provee el alimento en el lugar y la hora que el cliente acuerda.
- Existe en el mercado demanda insatisfecha con tendencia al crecimiento lo que brinda un panorama que permite saber que el proyecto puede tener éxito.
- El precio del servicio se estableció en base a la competencia y al alcance de la economía del cliente.
- Es importante dar a conocer el proyecto por medio de tarjetas de presentación, hojas volantes, página web y redes sociales como Facebook.
- Por lo antes mencionado el proyecto del servicio de catering tiene aceptación en el mercado; el cual brindará un servicio saludable, económico, higiénico con estándares de calidad para garantizar la eficiencia y eficacia en el trabajo y verlo reflejado en la satisfacción del cliente.

## CAPÍTULO IV

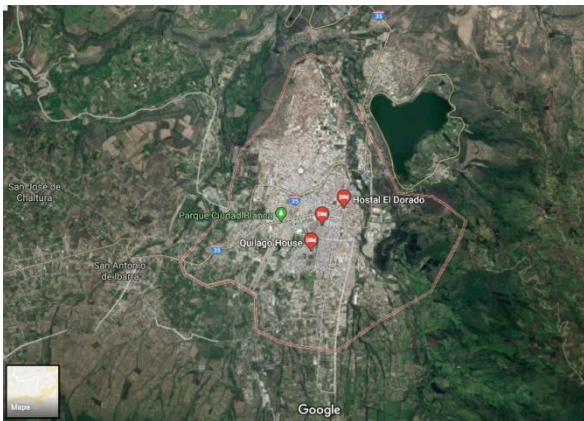
### 4. ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico nos brinda un marco de referencia acerca de la localización, tamaño, distribución de la planta, capacidad de producción, la maquinaria y equipos y todos los requerimientos que necesite el proyecto para su puesta en marcha. Su principal objetivo es diseñar una propuesta en la que los recursos disponibles sean utilizados en forma eficiente para obtener el servicio deseado.

#### 4.1. Localización del proyecto

##### 4.1.1. Macro Localización

La implantación de la empresa se pretende realizarla en la provincia de Imbabura, exactamente en la parroquia El Sagrario, ciudad de Ibarra, conocida también como la ciudad blanca a la que siempre se vuelve, ubicada a 115 km. de la ciudad de Quito, con una altitud de 225 m.s.n.m.. Posee un clima seco, templado y agradable, y una temperatura promedio de 18°C.



**Figura 8**

#### **Macro localización**

Fuente: Google maps

La riqueza turística con la que cuenta la provincia hace que tenga una gran afluencia de turistas nacionales y extranjeros, en pocos minutos se puede disfrutar del intenso calor o del extremo frío, siendo ésta característica muy atrayente.

**Tabla 23**

**Macro localización**

<b>UBICACIÓN</b>	<b>LUGAR</b>
País	Ecuador
Provincia	Imbabura
Ciudad	Ibarra
Superficie	1126 km <sup>2</sup>
Idioma	Español – Quichua

Fuente: Fascículo Ibarra

**4.1.2. Micro Localización**

Para definir la localización óptima del proyecto se ha analizado factores que contribuyan a obtener mayor rentabilidad del capital. El objetivo de este punto es determinar el sitio preciso en donde se instalará la planta.

La empresa se ubicará en la parroquia El Sagrario, en la ciudad de Ibarra que es el sitio de interés de la investigación, estará ubicada al noroccidente de la ciudad, en el Barrio “San Miguel de Ibarra”, en la calle 13 de Abril No. 26 – 48 y Avenida Jaime Roldós Aguilera, en donde se cuenta con un inmueble que dispone de 100 metros cuadrados, que será acondicionada para el área de producción en la que se instalará la maquinaria y equipos apropiados para el funcionamiento del proyecto.





**Figura 9**

### **Micro localización**

Fuente: Google maps.

#### **4.1.3. Matriz de factores**

##### **1. Criterios de selección de alternativas**

Para determinar el lugar óptimo del lugar de instalación de la empresa es importante analizar algunos aspectos relevantes como por ejemplo: disponibilidad de servicios básicos, vías de acceso, transporte, plusvalía de propiedades, costos de arrendamiento, cercanía de las fuentes de abastecimiento, disponibilidad de mano de obra, posibilidad de eliminación de desechos, factores ambientales, cercanía al mercado consumidor.

##### **2. Matriz de localización**

Para desarrollar la matriz de localización se utilizará el método cualitativo por puntos, según el cual se analizan las ventajas y desventajas del lugar en el que se ubicará el proyecto.

Este método permite ponderar factores relevantes para el investigador al momento de tomar decisiones. De acuerdo al texto de Evaluación de Proyectos de Gabriel Baca Urbina, el procedimiento es el siguiente:

- Determinar una lista de factores relevantes.

- Asignar un peso a cada factor para indicar su importancia relativa.
- Asignar una escala común a cada factor y elegir cualquier mínimo (Ej.: de 5 a 1, siendo 5 el puntaje más alto y 1 el más bajo).
- Calificar a cada sitio potencial de acuerdo con la escala designada y multiplicar esta por el peso.
- Sumar la puntuación de cada sitio y elegir el de máxima puntuación.

A continuación se presenta la matriz de localización en la que se muestra la calificación ponderada que tiene cada factor relevante para la ubicación idónea de la empresa de acuerdo al peso asignado a cada uno.

**Tabla 24**  
**Matriz de localización**

Factor Relevante	Peso Asig.	Barrio Jardín de Paz		Barrio San Miguel de Ibarra		Barrio El Empedrado	
		Calif.	Calif. Ponder.	Calif.	Calif. Ponder.	Calif.	Calif. Ponder.
Disponibilidad de MOD	0,10	3	0,3	4	0,4	2	0,2
Cercanía a fuentes de abastecimiento	0,20	2	0,4	5	1	1	0,2
Costo de arrendamiento	0,20	3	0,6	4	0,8	4	0,8
Cercanía al consumidor	0,15	4	0,6	4	0,6	3	0,45
Disponibilidad de servicios básicos	0,20	5	1	5	1	5	1
Disponibilidad de vías de acceso	0,15	4	0,6	5	0,75	4	0,6
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>	<b>21</b>	<b>3,5</b>	<b>27</b>	<b>4,55</b>	<b>19</b>	<b>3,25</b>

Elaborado por: Las autoras

### **3. Selección de la alternativa óptima**

A través del método aplicado se observa que de acuerdo a los factores ponderados la ubicación idónea referente a costos y beneficios es el sector del barrio “San Miguel de Ibarra”, ya que se obtiene una mayor ponderación en varios factores relevantes entre los principales la cercanía a las fuentes de abastecimiento, los costos de arrendamiento, la disponibilidad de servicios básicos y vías de acceso.

#### **4.1.4. Distribución de las instalaciones**

El proyecto se implementará en un inmueble que dispone de 100 metros cuadrados, que será acondicionada para el área de producción en la que se instalará la maquinaria y equipos apropiados para el funcionamiento del proyecto, la infraestructura será adecuada y contará con espacios que permitan la entrada de luz natural y ventilación, para contar con un área adecuada de trabajo.

La ubicación de la empresa será en el lugar antes mencionado en el Barrio San Miguel de Ibarra de la ciudad de Ibarra, cuenta con un espacio de 100 metros cuadrados y tendrá un costo de alquiler mensual de \$200 dólares.

La planta de la empresa de catering de eventos sociales comprende las siguientes áreas requeridas según el servicio que se oferta en el proyecto.

La empresa contará con:

- Área Administrativa
- Área de Producción

La superficie del área administrativa será de 16 m<sup>2</sup> la misma que se encontrará dividida en:

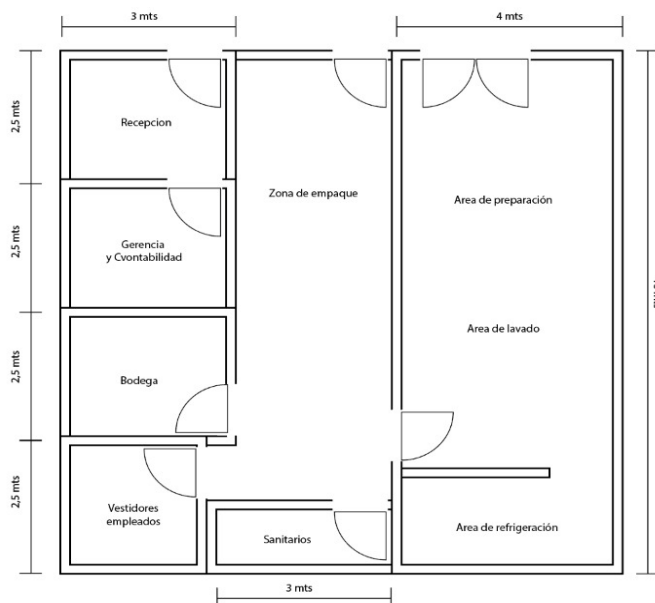
- Gerencia
- Recepción

Como corresponde cada dependencia estará equipada con sus muebles, equipos de computación suministros y todo lo necesario para la ejecución de sus tareas.

El área de producción tendrá una superficie de 84 m<sup>2</sup> esta estará conformada por:

- Distribución y Empaque
- Área de Lavado, Preparación y Refrigeración
- Sanitarios
- Vestidores de empleados
- Bodega

El local cuenta con 100 metros cuadrados, los cuales se distribuirán de la manera indicada en la figura 19

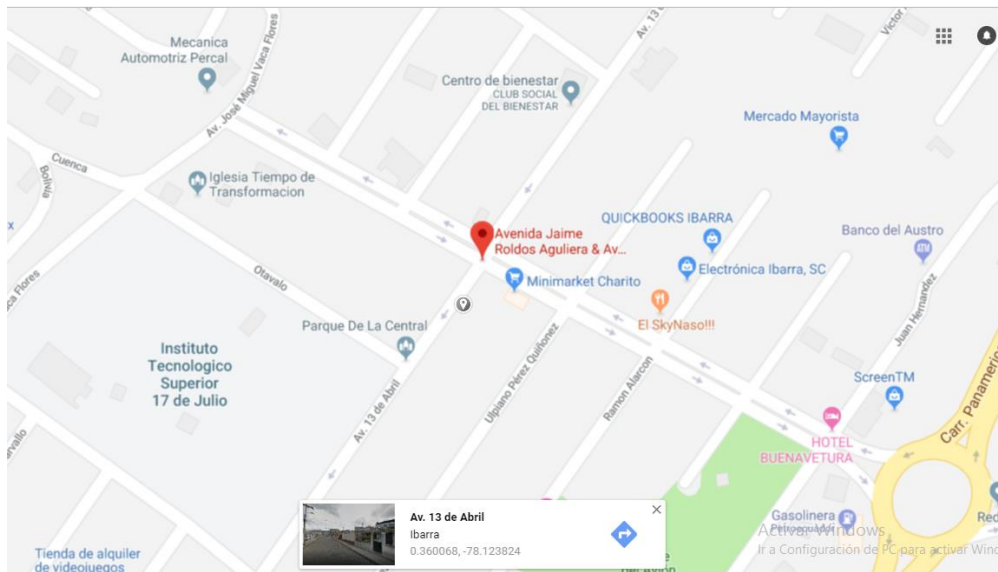


**Figura 10**

***Distribución del espacio físico***

Elaborado por: Lic. José Perugachi

#### 4.1.5. Croquis de ubicación calles



**Figura 110**

#### *Distribución del espacio físico*

Fuente: Google map

#### 4.2. Tamaño del Proyecto y Capacidad

El tamaño del proyecto se determina en base a varios factores que inciden en esta decisión como la demanda insatisfecha existente en el mercado, la disponibilidad de recursos financieros y la capacidad de producción; es importante su análisis para la toma de decisiones y guiar el proyecto hacia el futuro.

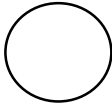
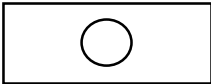
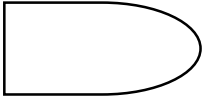
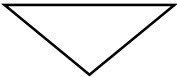
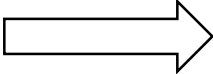

El tamaño del mercado se determina en base a la demanda insatisfecha calculada que para el año 2018 de acuerdo al estudio de mercado es de 215 eventos anuales, los recursos disponibles con los que cuenta la empresa como equipos de producción, mano de obra y materia prima permitirán una producción de hasta 10 eventos mensuales, lo que representa 120 eventos al año, con lo que se cubre aproximadamente el 56% de la demanda insatisfecha existente el mercado.

### 4.2.1. Flujograma de Procesos

El siguiente flujo grama de operaciones describe los pasos necesarios para completar el ciclo de producción y comercialización del servicio de catering.

**Tabla 25**

**Simbología de flujograma de operaciones**

SIMBOLOGÍA	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD
	OPERACIÓN SIMPLE
	OPERACIÓN COMBINADA
	DEMORA
	ALMACENAMIENTO
	TRANSPORTE
	VERIFICACIÓN Y CONTROL

Elaborado por: Las autoras

## 4.2.2. Flujo de Operaciones















		ACTIVIDADES	TIEMPO PREVISTO (MINUTOS)
1		Recibe al cliente, toma de datos e ingreso al sistema de la solicitud	5 minutos
2		Elaboración de presupuesto según tipo de evento	10 minutos
3		Analiza costos y calidad del evento	15 minutos
4		Establece local donde se realizará el evento	5 minutos
5		Elaboración de contrato	5 minutos
6		Efectúa el cobro del anticipo del cliente por el evento	10 minutos
7		Dispone programación del evento	15 minutos
8		Realiza convenio con proveedores y adquisiciones	30 minutos
9		Elaboración de menú para el evento	240 minutos
10		Transporte de equipos y productos para el evento	60 minutos
11		Organización de logística para el evento	150 minutos
12		Supervisa realización del evento	No tiene tiempo
13		Cancela el costo total del evento	15 minutos
14		Confirmación de cliente satisfecho	No tiene tiempo
<b>TOTAL</b>			560 minutos

Figura 21

## Flujograma de operaciones en la prestación de servicios

Elaborado por: Las autoras

### 4.3. Determinación del Presupuesto Técnico

En el presupuesto técnico se determinan las inversiones fijas, variables y diferidas.

#### 4.3.1. Inversiones fijas

Serán todos los activos fijos cuya vida útil es mayor a un año y su finalidad es proveer las condiciones para que la empresa lleve a cabo sus actividades como: los recursos naturales, terrenos, obras civiles, equipos e instalaciones, infraestructura, etc. Estos estarán sujetos a efectos contables como depreciación y amortización. A continuación se detallan de los activos fijos:

**Tabla 26**

#### *Equipo de Computación*

<b>Detalle</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Total</b>
Equipo computacional	400	2	800,00
Impresora Multifunción	200	1	200,00
<b>Total</b>			<b>1.000,00</b>

Elaborado por: Las autoras

Entre los equipos de computación que se va a adquirir son: dos computadores y una impresora multifunción, ya que son de mucha importancia para la realización de las actividades de la empresa.

**Tabla 27**

#### *Equipo de Oficina*

<b>Detalle</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Total</b>
Teléfono	49,90	2	99,80
<b>Total</b>			<b>99,80</b>

Elaborado por: Las autoras



Entre los equipos de oficina que adquirirá la empresa son dos teléfonos para el área administrativa.

**Tabla 28**  
**Muebles y Enseres**

<b>Detalle</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Total</b>
<b>Administrativo</b>			
Escritorio	80,00	2	160,00
Sillas	15,00	4	60,00
Archivador	80,00	1	80,00
<b>Operativo</b>			
Alacena	200,00	1	200,00
Estantería	75,00	1	75,00
<b>Total</b>			<b>575,00</b>

Elaborado por: Las autoras

Los muebles y enseres ascienden a \$575 dólares, y serán distribuidos para el área administrativa y de producción.

**Tabla 29**  
**Equipo de seguridad**

<b>Detalle</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Total</b>
Extintor de incendios	120,00	1	120,00
Manguera con llave grande (m)	20,00	10	200,00
Alarma de seguridad	80,00	1	80,00
<b>Total</b>			<b>400,00</b>

Elaborado por: Las autoras

Se adquirirá equipos de seguridad con la finalidad de salvaguardar la seguridad de las personas, estos equipos tienen un costo de \$400,00 dólares.

**Tabla 30****Maquinaria de producción**

<b>Detalle</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Total</b>
Exprimidor de cítricos	25,00	1	25,00
Licuadaora	38,00	1	38,00
Cocina semindustrial con horno	420,00	2	840,00
Refrigerador	420,00	1	420,00
Cocina 4 quemadores	193,00	1	193,00
Balanza digital	25,00	1	25,00
Batidora	50,00	1	50,00
Procesador de alimentos	70,00	2	140,00
<b>Total</b>			<b>1.731,00</b>

Elaborado por: Las autoras

La maquinaria de producción ha sido estrictamente seleccionada de acuerdo a la calidad. Dando un total de \$1.731,00 dólares para toda el área de producción.

**Tabla 31****Equipo de producción**

<b>Detalle</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Total</b>
Olla ovalada N°45	25,00	2	50,00
Olla ovalada N°36	15,50	2	31,00
Paila Industrial N° 50	45,00	1	45,00
Lavacara de acero	25,00	1	25,00
Tazon de acero N° 40	5,00	2	10,00
Colador mango de madera	4,50	1	4,50
Juego de coladores x 3	1,50	1	1,50
Juego de cucharones	40,00	1	40,00
Juego de tazas y cucharas medidoras	7,50	2	15,00
Juego de cuchillos	75,00	1	75,00
Juego de ollas	60,00	1	60,00

Juego de ralladores	5,00	1	5,00
Tabla de picar	5,90	2	11,80
Tacho de basura	38,50	3	115,50
Cilindro de gas	46,00	2	92,00
Latón de acero inoxidable	50,00	1	50,00
Mesa de trabajo	100,00	1	100,00
Saleros	0,95	10	9,50
Hielera pequeña	2,30	5	11,50
Vasos lisos	0,60	60	36,00
Jarra popular	1,80	12	21,60
Copa champagne	0,90	60	54,00
Salseros	0,60	12	7,20
Juego de menaje 5 piezas	6,30	60	378,00
Juego de utensilios 4 piezas	3,50	60	210,00
<b>Total</b>			<b>1.459,10</b>

Elaborado por: Las autoras

Los equipos de producción que se va a adquirir seleccionados con mucho cuidado, buscando la mejor calidad ya que se utilizarán para la preparación de los alimentos; ascendiendo a un valor de \$1.459,10 dólares para toda el área de producción.

### **Tabla 32**

#### **Resumen de Activos Fijos**

<b>ACTIVO FIJO</b>	<b>VALOR</b>
<b>BIENES PARA LA ADMINISTRACIÓN</b>	
Equipo de Computación	1.000,00
Equipo de Oficina	99,80
Muebles y Enseres	575,00
Equipo de Seguridad	400,00
<b>BIENES PARA LA PRODUCCIÓN</b>	
Maquinaria de producción	1731,00
Equipo de producción	1.459,10
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>5.264,90</b>

Elaborado por: Las autoras

De acuerdo al análisis y a los requerimientos necesarios para la implementación de la empresa se establecen los activos fijos totales por un valor de \$5264,90 dólares.

#### **4.3.2. Inversiones diferidas**

Las inversiones diferidas se caracterizan por su inmaterialidad y son las inversiones realizadas sobre activos constitutivos por servicios y derechos adquiridos necesarios para el estudio e implementación del proyecto, estos corresponden a gastos por adecuaciones y estudios de diseño para la empresa.

**Tabla 33**

#### **Activos Diferidos**

<b>Detalle</b>	<b>V. Total</b>
Adecuaciones y estudios de diseño	1.000,00
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>1.000,00</b>

Elaborado por: Las autoras

La inversión en activos diferidos asciende a \$1.000,00 dólares que corresponde a las adecuaciones y estudios de diseño para la planta.

#### **4.3.3. Inversiones variables y Capital**

El capital de trabajo considera aquellos recursos que se requieren para atender las operaciones de producción y comercialización de bienes o servicios en un determinado periodo de rotación, a continuación se detalla los rubros que lo conforman y su valor total, tomando en cuenta una contingencia del 5% por posibles imprevistos.

#### **Materia prima**

La materia prima a utilizarse deberá ser de la más alta calidad para ofertar un excelente servicio y así cumplir las expectativas del cliente. Además cabe indicar que en la parroquia El

Sagrario, ciudad de Ibarra, se encuentra la materia prima necesaria y los proveedores de los insumos a requerirse.

Para conocer a detalle el requerimiento de materia prima que se necesita para la realización de un evento se acudió al Ing. Luis Vallejo Ingeniero en Administración Turística y Hotelera, que con la realización de las proformas y realizando una estimación de los precios en el mercado se llega a determinar que el costo por plato para evento oscila entre \$2,00.

En la siguiente tabla se presenta el promedio de la estimación de tres menús de una carne para 50 personas, y representa los siguientes costos: (Ver Anexo 7)

**Tabla 34**

**Materia Prima**

<b>Plato</b>	<b>Valor Unitario día)</b>	<b>(x</b>	<b>Valor al mes (10 eventos)</b>	<b>Valor al año (120 eventos)</b>
Entrada		0,304	151,83	1822,00
Fuerte		0,799	399,67	4796,00
Guarnición		0,410	205,07	2460,80
Bebida		0,208	104,00	1248,00
Postre		0,277	138,27	1659,20
<b>Total</b>		<b>1,998</b>	<b>998,83</b>	<b>11986,00</b>

Elaborado por: Las autoras

**Talento Humano**

Se detalla la mano de obra necesaria para la prestación del servicio, dentro del cual se toma en cuenta la mano de obra directa e indirecta, y lo que representa en el transcurso del año.

**Tabla 35**

**Mano de Obra Directa e Indirecta**

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Sueldo Básico</b>	<b>Aporte Patronal</b>	<b>Total Mensual</b>	<b>Vacaciones</b>	<b>Décimo Tercero</b>	<b>Décimo Cuarto</b>	<b>V. Total</b>
Gerente	1	430,00	52,245	482,25	215,00	430,00	386,00	6.817,94
Recepcionista	1	386,00	46,899	432,90	193,00	386,00	386,00	6.159,79
Chef	1	450,00	54,675	504,68	225,00	450,00	386,00	7.117,10
Ayudante de cocina	1	400,00	48,60	448,60	200,00	400,00	386,00	6.369,20
Mesero	1	386,00	46,899	432,90	193,00	386,00	386,00	6.159,79
<b>Total</b>		<b>2052,00</b>	<b>249,32</b>	<b>2.301,32</b>	<b>1.026,00</b>	<b>2.052,00</b>	<b>1.930,00</b>	<b>32.623,82</b>

Elaborado por: Las autoras

**Tabla 36****Gastos Generales de Administración**

<b>Detalle</b>	<b>Valor Mes</b>	<b>V. Total</b>
Arriendo	200,00	2.400,00
Energía Eléctrica	15,00	180,00
Agua Potable	20,00	240,00
Teléfono e internet	22,00	264,00
Gas Licuado de Petróleo	5,00	60,00
Útiles de Aseo	10,00	120,00
Útiles de Oficina	5,00	60,00
Mantenimiento de maquinaria	5,00	60,00
Reparación de menaje	5,88	70,56
Uniformes* (2 veces al año)	150,00	300,00
Publicidad	10,00	120,00
Gastos de Constitución y funcionamiento(1 vez al año)	620,00	620,00
Capacitación (1 vez al año)	250,00	250,00
Contratación de servicios	1.200,00	14.400,00
<b>Total</b>		<b>19.144,56</b>

Elaborado por: Las autoras

Se han detallado los gastos generales de administración necesarios que se requieren para el correcto funcionamiento del negocio.

**Tabla 37****Resumen Inversión Variable**

<b>INVERSIÓN VARIABLE (CAPITAL DE TRABAJO)</b>		
<b>Rotación de 30 días</b>		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR PARCIAL</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>COSTOS DE OPERACIÓN</b>		<b>4.057,29</b>
Materia prima	998,83	
Mano de Obra Directa	1.637,17	
Servicios Básicos	29,40	
Consumo de gas	5,00	
Mantenimiento de maquinaria	5,00	
Reposición de menaje	5,88	

Útiles de aseo	8,00	
Arriendo	168,00	
Contratación de servicios	1200,00	
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		<b>1248,58</b>
Sueldos	1081,48	
Honorarios	100,00	
Servicios Básicos	27,60	
Útiles de oficina	5,00	
Arriendo	32,00	
Mantenimiento computación	2,50	
<b>GASTOS DE VENTAS</b>		<b>10,00</b>
Publicidad	10,00	
<b>SUBTOTAL</b>		<b>5315,86</b>
Imprevistos 5%		265,79
<b>TOTAL</b>		<b>5581,66</b>

Elaborado por: Las autoras

Se presenta el capital de trabajo necesario para 30 días que asciende a \$5.581,66 dólares.

### **Inversión Total**

A continuación se detalla el resumen de las inversiones necesarias para el funcionamiento de la empresa, se proyecta el capital de trabajo para tres meses.

**Tabla 38**

#### ***Inversión Total***

<b>Detalle</b>	<b>Total</b>	<b>Total 3 meses</b>
Inversión Fija	5264,90	5264,90
Inversión Diferida	1000,00	1000,00
Inversión Variable	5.581,66	16.744,97
<b>TOTAL</b>		<b>23.009,87</b>

Elaborado por: Las autoras



## CAPÍTULO V

### 5. ESTUDIO FINANCIERO

El presente estudio tiene la finalidad de determinar la factibilidad en términos monetarios, para lo cual presentamos la siguiente información financiera como: inversiones, ingresos, egresos, balances; los cuales servirán para aplicar la respectiva evaluación cuyos resultados servirán de base para aprovechar las oportunidades y tomar las mejores decisiones.

#### 5.1. Estructura de la Inversión

Para la ejecución del proyecto se requiere una inversión total de \$ 23.009,87 (veinticuatro mil trescientos setenta y cinco dólares con cincuenta y dos centavos de dólar). Para financiar esta cantidad serán necesarios dos tipos de financiamiento, propio por parte de las autoras del proyecto y externo por parte de una entidad financiera que se distribuirá de la siguiente manera:

**Tabla 39**

***Estructura de la Inversión***

<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>	<b>%</b>
<b>Capital Propio</b>	<b>6.902,96</b>	<b>30%</b>
Socia1	3.451,48	15%
Socia 2	3.451,48	15%
<b>Externo (Préstamo Bancario)</b>	<b>16.106,91</b>	<b>70%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>23.009,87</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Las autoras

## 5.2. Presupuesto de ingresos

Los ingresos que se proyecta son representados por las ventas del servicio de catering, especialmente banquetes a diferentes eventos sociales que la empresa realizará durante su vida, para caso del estudio será de cinco años.

El presupuesto de ingresos se realizó en base a los datos que se encuentran en el tercer capítulo que corresponde al estudio de mercado, donde se estableció el aumento de la demanda que tendrá el servicio de catering de acuerdo a la satisfacción del cliente. El precio se determinó mediante los resultados de las encuestas realizadas a la población de la ciudad de Ibarra de los cuales se toma en cuenta que el 72% prefiere pagar entre \$500,00 y \$750,00 dólares como precio mínimo y máximo respectivamente por el servicio de catering para un evento pequeño, y éstos se proyectan de acuerdo a la tasa de inflación que corresponde al 0.42% en el año 2017.

A continuación presentamos los ingresos proyectados a 5 años.

**Tabla 40**

### *Total de servicios al año*

<b>Detalle</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Eventos al mes	10	11	12	13	14
Meses al año	12	12	12	12	12
<b>Total eventos al año</b>	<b>120</b>	<b>132</b>	<b>144</b>	<b>156</b>	<b>168</b>

Elaborado por: Las autoras

**Tabla 41**

### *Ingresos proyectados*

<b>Detalle</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Total eventos al año	120	132	144	156	168
Precio	500,00	502,10	504,21	506,33	508,45
<b>Total ingresos al año</b>	<b>60.000,00</b>	<b>66.277,20</b>	<b>72.606,24</b>	<b>78.987,48</b>	<b>85.419,60</b>

Elaborado por: Las autoras

### 5.3. Presupuesto de egresos

Son erogaciones que se tendrá que realizar para el funcionamiento del negocio, éstas irán en función a las necesidades de producción, el costo está proyectado en base a la inflación del año 2017 que es del 0,42%, para la proyección de la mano de obra se estableció un promedio del porcentaje de incremento de los últimos cinco años que es del 3,65%.

#### 5.3.1. Gastos Administrativos

Los gastos administrativos están compuestos por los sueldos administrativos, servicios de comunicación, útiles de oficina, mantenimiento de equipo de computación, lo cuales tendrán un crecimiento anual del 0,42% de acuerdo a la inflación del 2017.

- **Sueldos Administrativos**

Los sueldos administrativos están conformados por el gerente y la recepcionista, y para los gastos administrativos se asignará el 70% del total anual de este rubro, se realiza una proyección para los próximos cinco años

**Tabla 42**

**Sueldos Administrativos**

<b>Personal</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Gerente	301,00	311,98	323,36	335,16	347,39
Recepcionista	270,20	275,80	285,86	296,29	307,10
Total mensual	571,20	587,78	609,23	631,45	654,49
<b>Total anual</b>	<b>6854,40</b>	<b>7053,38</b>	<b>7310,72</b>	<b>7577,45</b>	<b>7853,90</b>

Elaborado por: Las autoras

**Tabla 43****Proyección de Sueldos Administrativos**

<b>Personal</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Sueldo Básico	6854,40	7053,38	7310,72	7577,45	7853,90
Aporte Patronal	832,81	856,99	888,25	920,66	954,25
Fondos de reserva	0,00	587,78	609,23	631,45	654,49
Décimo Cuarto	540,40	551,60	571,72	592,58	614,20
Décimo Tercero	571,20	587,78	609,23	631,45	654,49
Vacaciones	285,60	293,89	304,61	315,73	327,25
<b>TOTAL</b>	<b>9084,41</b>	<b>9931,42</b>	<b>10293,76</b>	<b>10669,32</b>	<b>11058,59</b>

Elaborado por: Las autoras

- **Honorarios Profesionales**

Los honorarios profesionales corresponden al pago a realizarse al contador, se asigna el 70% que corresponde a gastos administrativos y se proyecta para los próximos cinco años.

**Tabla 44****Honorarios profesionales**

<b>Personal</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Contador	70,00	72,55	75,20	77,94	80,79
Total mensual	70,00	72,55	75,20	77,94	80,79
<b>Total anual</b>	<b>840,00</b>	<b>870,65</b>	<b>902,41</b>	<b>935,34</b>	<b>969,46</b>

Elaborado por: Las autoras

- **Servicios Básicos**

Corresponde a los servicios básicos a utilizarse en el área administrativa, que pertenece al 16% de toda la planta.

**Tabla 45****Servicios básicos**

<b>Detalle</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Agua Potable	3,20	3,21	3,23	3,24	3,25
Luz Eléctrica	2,40	2,41	2,42	2,43	2,44
Teléfono	22,00	22,09	22,19	22,28	22,37
<b>Total mensual</b>	<b>27,60</b>	<b>27,72</b>	<b>27,83</b>	<b>27,95</b>	<b>28,07</b>
<b>Total anual</b>	<b>331,20</b>	<b>332,59</b>	<b>333,99</b>	<b>335,39</b>	<b>336,80</b>

Elaborado por: Las autoras

- **Útiles de Oficina**

En el área de oficina serán necesarios los útiles de oficina como resmas de papel, archivadores, factureros, esferos, carpetas, resaltadores, cajas de clips; estos rubros serán proyectados para los próximos cinco años.

**Tabla 46**

**Útiles de oficina**

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Resmas de papel	10	2,50	25,00	25,11	25,21	25,32	25,42
Archivadores	3	3,00	9,00	9,04	9,08	9,11	9,15
Factureros	3	6,00	18,00	18,08	18,15	18,23	18,30
Esferos	6	0,30	1,80	1,81	1,82	1,82	1,83
Adhesivos	2	0,50	1,00	1,00	1,01	1,01	1,02
Resaltadores	3	1,00	3,00	3,01	3,03	3,04	3,05
Carpetas	4	0,30	1,20	1,21	1,21	1,22	1,22
Caja de clips	2	0,50	1,00	1,00	1,01	1,01	1,02
<b>Total</b>			<b>60,00</b>	<b>60,25</b>	<b>60,51</b>	<b>60,76</b>	<b>61,01</b>

Elaborado por: Las autoras

- **Arrendamiento**

Corresponde al arrendamiento de la parte del área administrativa, que pertenece al 16% de toda la planta.

**Tabla 47**

**Arrendamiento**

<b>Detalle</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Arrendamiento (16%)	384,00	385,61	387,23	388,86	390,49
<b>Total anual</b>	<b>384,00</b>	<b>385,61</b>	<b>387,23</b>	<b>388,86</b>	<b>390,49</b>

Elaborado por: Las autoras

- **Mantenimiento de Computación**

Se establece cuánto se va a designar para el mantenimiento de los equipos de computación que corresponde a dos mantenimientos durante el año, proyectado para los próximos cinco años.

**Tabla 48****Mantenimiento de Computación**

<b>Detalle</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Mantenimiento de computación	30,00	30,13	30,25	30,38	30,51
<b>Total anual</b>	<b>30,00</b>	<b>30,13</b>	<b>30,25</b>	<b>30,38</b>	<b>30,51</b>

Elaborado por: Las autoras

- **Capacitación**

Se establece cuánto se va a designar para la capacitación del personal durante el año, proyectado para los próximos cinco años.

**Tabla 49****Capacitación**

<b>Detalle</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Capacitación	250,00	251,05	252,10	253,16	254,23
<b>Total anual</b>	<b>250,00</b>	<b>251,05</b>	<b>252,10</b>	<b>253,16</b>	<b>254,23</b>

Elaborado por: Las autoras

- **Gastos de constitución y funcionamiento**

Se establece cuánto se va a designar para los gastos de constitución y financiamiento, proyectado para los próximos cinco años.

**Tabla 50****Constitución y funcionamiento**

<b>Detalle</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Gastos de Constitución y funcionamiento	620,00	622,60	625,22	627,84	630,48
<b>Total anual</b>	<b>620,00</b>	<b>622,60</b>	<b>625,22</b>	<b>627,84</b>	<b>630,48</b>

Elaborado por: Las autoras

- **Resumen de Gastos Administrativos**

Se muestra el resumen de todos los gastos administrativos que son necesarios para la puesta en marcha de la empresa de catering en la parroquia El Sagrario, ciudad de Ibarra.

**Tabla 51****Resumen de Gastos Administrativos**

<b>Detalle</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Sueldos	9084,41	9931,42	10293,76	10669,32	11058,59
Honorarios	840,00	870,65	902,41	935,34	969,46
Servicios Básicos	331,20	332,59	333,99	335,39	336,80
Útiles de oficina	60,00	60,25	60,51	60,76	61,01
Mantenimiento de computación	30,00	30,13	30,25	30,38	30,51
Gastos de Constitución y funcionamiento	99,20	99,62	100,04	100,46	100,88
Capacitación	40,00	40,17	40,34	40,51	40,68
Arrendamiento	384,00	385,61	387,23	388,86	390,49
<b>Total</b>	<b>10.868,81</b>	<b>11.750,44</b>	<b>12.148,52</b>	<b>12.561,01</b>	<b>12.988,41</b>

Elaborado por: Las autoras

**5.3.2. Costo de Producción**

- **Materia Prima**

Se muestra el resumen de todos los gastos referentes a la adquisición de materia prima para la puesta en marcha de la empresa de catering, proyectada para cinco años.

**Tabla 52****Materia Prima**

<b>Detalle</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Número de eventos al año	120	132	144	156	168
Número de platos estimados por evento	50	50	50	50	50
Costo promedio unitario	1,998	2,006	2,014	2,023	2,031
<b>Total</b>	<b>11.986,00</b>	<b>13.239,98</b>	<b>14.504,27</b>	<b>15.778,96</b>	<b>17.064,09</b>

Elaborado por: Las autoras

- **Talento Humano Operativo**

Se muestra el resumen de todos los gastos pertenecientes al gasto de talento humano operativo necesario para la puesta en marcha de la empresa de catering en la parroquia El Sagrario, ciudad de Ibarra.

**Tabla 53****Sueldo Básico Unificado Mensual de Mano de Obra Directa**

<b>Personal</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Chef	450,00	466,42	483,43	501,07	519,35
Ayudante de cocina	400,00	414,59	429,72	445,40	461,65
Mesero	386,00	394,00	408,37	423,27	438,72
Total mensual	1236,00	1275,01	1321,53	1369,74	1419,72
<b>Total anual</b>	<b>14832,00</b>	<b>15300,14</b>	<b>15858,36</b>	<b>16436,94</b>	<b>17036,63</b>

Elaborado por: Las autoras

**Tabla 54****Proyección del Costo Total de Mano de Obra Directa**

<b>Personal</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Sueldo Básico	14832,00	15300,14	15858,36	16436,94	17036,63
Aporte Patronal	1802,09	1858,97	1926,79	1997,09	2069,95
Fondos de reserva	0,00	1275,01	1321,53	1369,74	1419,72
Décimo Cuarto	1158,00	1182,00	1225,12	1269,82	1316,15
Décimo Tercero	1236,00	1275,01	1321,53	1369,74	1419,72
Vacaciones	618,00	637,51	660,76	684,87	709,86
<b>TOTAL</b>	<b>19646,09</b>	<b>21528,64</b>	<b>22314,09</b>	<b>23128,21</b>	<b>23972,03</b>

Elaborado por: Las autoras

**5.3.3. Costos Indirectos de Producción**

- **Mano de Obra Indirecta**

Se muestra el resumen del gasto por talento humano operativo para la puesta en marcha de la empresa de catering en la parroquia El Sagrario, ciudad de Ibarra, y se asignará el 30% del total de mano de obra indirecta con una proyección para los próximos cinco años.

**Tabla 55****Sueldo Básico Unificado de Mano de Obra Indirecta**

<b>Personal</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Gerente	129,00	133,71	138,58	143,64	148,88
Recepcionista	115,80	118,20	122,51	126,98	131,62
Total mensual	244,80	251,91	261,10	270,62	280,50
<b>Total anual</b>	<b>2937,60</b>	<b>3022,88</b>	<b>3133,17</b>	<b>3247,48</b>	<b>3365,96</b>

Elaborado por: Las autoras



**Tabla 56****Proyección del Costo Total de Mano de Obra Indirecta**

<b>Personal</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Sueldo Básico	2937,60	3022,88	3133,17	3247,48	3365,96
Aporte Patronal	356,92	367,28	380,68	394,57	408,96
Fondos de reserva	0,00	251,91	261,10	270,62	280,50
Décimo Cuarto	231,60	236,40	245,02	253,96	263,23
Décimo Tercero	244,80	251,91	261,10	270,62	280,50
Vacaciones	122,40	125,95	130,55	135,31	140,25
<b>TOTAL</b>	<b>3893,32</b>	<b>4256,32</b>	<b>4411,61</b>	<b>4572,57</b>	<b>4739,39</b>

Elaborado por: Las autoras

**Tabla 57****Proyección de Honorarios Profesionales**

<b>Personal</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Contador	30,00	31,09	32,23	33,40	34,62
Total mensual	30,00	31,09	32,23	33,40	34,62
<b>Total anual</b>	<b>360,00</b>	<b>373,13</b>	<b>386,75</b>	<b>400,86</b>	<b>415,48</b>

Elaborado por: Las autoras

- **Servicios Básicos**

Para el área de producción los servicios básicos a utilizarse son el agua potable y la energía eléctrica, de este rubro se tomará en cuenta el 84%, en el siguiente cuadro se muestra la proyección para cinco años.

**Tabla 58****Servicios Básicos**

<b>Detalle</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Agua Potable	16,80	16,87	16,94	17,01	17,08
Luz Eléctrica	12,60	12,65	12,71	12,76	12,81
<b>Total mensual</b>	<b>29,40</b>	<b>29,52</b>	<b>29,65</b>	<b>29,77</b>	<b>29,90</b>
<b>Total anual</b>	<b>352,80</b>	<b>354,28</b>	<b>355,77</b>	<b>357,26</b>	<b>358,76</b>

Elaborado por: Las autoras

- **Consumo de gas**

Se presenta el consumo de gas con proyección para los cinco años posteriores.

**Tabla 59****Consumo de gas**

<b>Detalle</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Consumo de gas	5,00	5,02	5,04	5,06	5,08
<b>Total anual</b>	<b>60,00</b>	<b>60,25</b>	<b>60,51</b>	<b>60,76</b>	<b>61,01</b>

Elaborado por: Las autoras

- **Mantenimiento de Maquinaria**

Se presenta el gasto por mantenimiento de maquinaria para los próximos cinco años.

**Tabla 60****Mantenimiento de Maquinaria**

<b>Detalle</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Mantenimiento de maquinaria (mes)	5,00	5,02	5,04	5,06	5,08
<b>Total anual</b>	<b>60,00</b>	<b>60,25</b>	<b>60,51</b>	<b>60,76</b>	<b>61,01</b>

Elaborado por: Las autoras

- **Reposición de Menaje y Utensilios**

Se presenta la reposición de menaje y utensilios, ya que estos sufren un desgaste cada año.

**Tabla 61****Reposición de Menaje y Utensilios**

<b>Detalle</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Reposición de menaje	5,88	5,90	5,93	5,95	5,98
<b>Total anual</b>	<b>70,56</b>	<b>70,86</b>	<b>71,15</b>	<b>71,45</b>	<b>71,75</b>

Elaborado por: Las autoras

- **Arrendamiento**

Se presenta el costo de arrendamiento del área de producción que es equivalente al 84% del área total, con su proyección para los cinco años siguientes.

**Tabla 62****Arrendamiento**

<b>Detalle</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Arrendamiento (84%)	2016,00	2024,47	2032,97	2041,51	2050,08
<b>Total anual</b>	<b>2016,00</b>	<b>2024,47</b>	<b>2032,97</b>	<b>2041,51</b>	<b>2050,08</b>

Elaborado por: Las autoras

- **Útiles de aseo**

Para la limpieza del área de producción se utilizará lava vajillas, desengrasantes y limpiadores con su respectivo incremento para los próximos cinco años.

**Tabla 63****Útiles de aseo**

<b>Detalle</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Útiles de aseo	96,00	96,40	96,81	97,21	97,62
<b>Total anual</b>	<b>96,00</b>	<b>96,40</b>	<b>96,81</b>	<b>97,21</b>	<b>97,62</b>

Elaborado por: Las autoras

**5.3.4. Resumen Costos de Producción**

Se presenta el resumen de los costos de producción, para lo cual se toma en cuenta la materia prima, la mano de obra y los costos indirectos.

**Tabla 64****Resumen Costos de Producción**

<b>Detalle</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Costos Directos</b>					
<b>Materia prima</b>	<b>11986,00</b>	<b>12036,34</b>	<b>12086,89</b>	<b>12137,66</b>	<b>12188,64</b>
Entrada	1822,00	1829,65	1837,34	1845,05	1852,80
Fuerte	4796,00	4816,14	4836,37	4856,68	4877,08
Guarnición	2460,80	2471,14	2481,51	2491,94	2502,40
Bebida	1248,00	1253,24	1258,51	1263,79	1269,10
Postre	1659,20	1666,17	1673,17	1680,19	1687,25
<b>Mano de obra</b>	<b>23899,41</b>	<b>26158,09</b>	<b>27112,46</b>	<b>28101,64</b>	<b>29126,91</b>
Directa	19646,09	21528,64	22314,09	23128,21	23972,03
Indirecta	4253,32	4629,46	4798,36	4973,43	5154,88
<b>Costos Indirectos</b>	<b>3386,16</b>	<b>3400,38</b>	<b>3414,66</b>	<b>3429,01</b>	<b>3443,41</b>
Servicios Básicos	352,80	354,28	355,77	357,26	358,76
Consumo de gas	60,00	60,25	60,51	60,76	61,01

Mantenimiento maquinaria	60,00	60,25	60,51	60,76	61,01
Reposición menaje	70,56	70,86	71,15	71,45	71,75
Arriendo	2016,00	2024,47	2032,97	2041,51	2050,08
Gastos de Constitución y funcionamiento	520,80	522,99	525,18	527,39	529,60
Capacitación	210,00	210,88	211,77	212,66	213,55
Útiles de aseo	96,00	96,40	96,81	97,21	97,62
<b>TOTAL</b>	<b>39271,57</b>	<b>41594,82</b>	<b>42614,01</b>	<b>43668,30</b>	<b>44758,95</b>

Elaborado por: Las autoras

### 5.3.5. Gastos de Ventas

- **Publicidad**

Para dar a conocer nuestro producto en el mercado utilizaremos afiches, tarjetas de presentación y redes sociales con su respectiva proyección para los cinco años posteriores.

**Tabla 65**

**Publicidad**

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Tarjetas de presentación	80,00	80,34	80,67	81,01	81,35
Afiches publicitarios	40,00	40,17	40,34	40,51	40,68
<b>Total anual</b>	<b>120,00</b>	<b>120,50</b>	<b>121,01</b>	<b>121,52</b>	<b>122,03</b>

Elaborado por: Las autoras

### 5.4. Financiamiento

Para el funcionamiento de la empresa se tendrá el financiamiento del 50% del total de la inversión necesaria, para lo cual se realizará un crédito en la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Atuntaqui Ltda.”

**Tabla 66**

**Amortización del crédito**

Valor del Préstamo	16106,91
Tasa de Interés Anual	11,05%
Tiempo en años	5
V/A	\$350,61

Elaborado por: Las autoras

**Tabla 67****Tabla de interés y capital**

<b>Periodo</b>	<b>Capital</b>	<b>Interés</b>	<b>Amortización</b>	<b>Pago de Capital</b>
0	16106,91			
1	13523,19	1779,81	4363,53	2583,72
2	10653,97	1494,31	4363,53	2869,22
3	7467,70	1177,26	4363,53	3186,27
4	3929,34	825,18	4363,53	3538,35
5	0,00	434,19	4363,53	3929,34
<b>Total</b>		<b>5638,64</b>	<b>21817,67</b>	<b>16106,91</b>

Elaborado por: Las autoras

## 5.5. Depreciación

En la depreciación de los activos fijos aplicamos el método de línea recta el cual está en la ley de régimen tributario interno.

**Tabla 68**

### *Depreciación activos fijos*

N <sup>a</sup>	Descripción	Valor	Años v. u.	%	Cuota Deprec.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Dep. Acum	Saldo en libros
<b>ADMINISTRACIÓN</b>												
1	Equipo de Computación	1000,00	3	33,33%	333,30	333,30	333,30	333,30			1000,00	0,00
2	Reinversión Equipo de Computación	1100,00	3	33,33%	366,63				366,63	366,63	733,26	366,74
3	Equipo de Oficina	99,80	10	10,00%	9,98	9,98	9,98	9,98	9,98	9,98	49,90	49,90
4	Muebles y Enseres	575,00	10	10,00%	57,50	57,50	57,50	57,50	57,50	57,50	287,50	287,50
5	Equipo de Seguridad	400,00	10	10,00%	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	200,00	200,00
<b>PRODUCCIÓN</b>		<b>3190,10</b>	<b>20,00</b>	<b>0,20</b>	<b>319,01</b>	<b>319,01</b>	<b>319,01</b>	<b>319,01</b>	<b>319,01</b>	<b>319,01</b>		
6	Maquinaria de producción	1731,00	10	10,00%	173,10	173,10	173,10	173,10	173,10	173,10	865,50	865,50
7	Equipo de producción	1459,10	10	10,00%	145,91	145,91	145,91	145,91	145,91	145,91	729,55	729,55
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>		<b>6364,90</b>	<b>56,00</b>		<b>1126,42</b>	<b>759,79</b>	<b>759,79</b>	<b>759,79</b>	<b>793,12</b>	<b>793,12</b>	<b>3865,71</b>	<b>2499,19</b>

Elaborado por: Las autoras

## 5.6. Amortización

Los gastos de constitución según la Ley de régimen tributario interno, se debe amortizar a 5 años. A continuación se detalla los resultados de la amortización:

**Tabla 69**

**Amortización gastos de constitución**

<b>Detalle</b>	<b>V. Total</b>	<b>Años</b>	<b>%</b>	<b>Cuota</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Adecuaciones y estudios de diseño	1.000,00	5	20%	200	200	200	200	200	200
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>1.000,00</b>			<b>200</b>	<b>200</b>	<b>200</b>	<b>200</b>	<b>200</b>	<b>200</b>
<b>DIFERIDOS</b>									

Elaborado por: Las autoras

## 5.7. Estados Financieros

### 5.7.1. Balance de Arranque

En este estado de situación financiera de la empresa de servicios de catering “PB Banquetes” se procede a registrar todos los activos, pasivos y patrimonio con los que cuenta la empresa en el período económico.

**Tabla 70**

**Estado de arranque**

Empresa "PB Banquetes"			
Estado de Arranque			
Al 31 de Diciembre			
Expresado en dólares americanos			
<b>ACTIVOS</b>		<b>PASIVOS</b>	
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>		<b>PASIVO A LARGO PLAZO</b>	
	<b>16.744,97</b>		<b>16.106,91</b>
<b>Activos Disponibles</b>		Documentos por pagar	16,106,91
Efectivo y equivalentes de efectivo	16.744,97		
<b>ACTIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>5264,90</b>	<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>16.106,91</b>
<b>Propiedad, planta y equipo</b>			
Muebles y enseres	575,00		
Equipos de oficina	99,80		
Equipos de Computación	1.000,00		
Equipos de seguridad	400,00		
Maquinaria de producción	1731,00		
Equipo de producción	1.459,10		
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>1000,00</b>	<b>PATRIMONIO</b>	<b>6.902,96</b>
Adecuaciones y estudios de diseño	1.000,00	Socio A	3.451,48
		Socio B	3.451,48
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>23.009,87</b>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>23.009,87</b>

Elaborado por: Las autoras



### 5.7.2. Estado de Resultados

Para realizar el estado de resultados proyectado se ha tomado en cuenta las siguientes tarifas como es el impuesto a la renta y al igual que la participación de los trabajadores con el 22% y el 15% respectivamente; con el fin de conocer si se generó utilidades o pérdidas

A continuación se presentan los resultados proyectados a 5 años:

**Tabla 71**

**Estado de Resultados Integrados**

Empresa "PB Banquetes"					
Estado de Resultados Integrados					
Al 31 de Diciembre					
Expresado en dólares americanos					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso Act. Ordinaria	60.000,00	66.277,20	72.606,24	78.987,48	85.419,60
(-) Costo de ventas	39.271,57	41.594,82	42.614,01	43.668,30	44.758,95
<b>(=) Utilidad Bruta</b>	<b>20.728,43</b>	<b>24.682,38</b>	<b>29.992,23</b>	<b>35.319,18</b>	<b>40.660,65</b>
(-) Gastos Administrativos	10.868,81	11.750,44	12.148,52	12.561,01	12.988,41
(-) Gastos Ventas	120,00	120,50	121,01	121,52	122,03
Depreciación	440,78	440,78	440,78	474,11	474,11
(-) Administración					
(-) Depreciación Producción	319,01	319,01	319,01	319,01	319,01
(-) Amortización diferidos	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
<b>(=) Utilidad Operativa</b>	<b>8.779,83</b>	<b>11.851,65</b>	<b>16.762,90</b>	<b>21.643,53</b>	<b>26.557,09</b>
(-) Gastos financieros	1.779,81	1.494,31	1.177,26	825,18	434,19
<b>Utilidad antes</b>	<b>7.000,02</b>	<b>10.357,34</b>	<b>15.585,64</b>	<b>20.818,35</b>	<b>26.122,90</b>
<b>(=) participación</b>					
(-) 15% Part. Trabajadores	1.050,00	1.553,60	2.337,85	3.122,75	3.918,43
<b>(=) Ganancia antes de Imp.</b>	<b>5.950,02</b>	<b>8.803,74</b>	<b>13.247,79</b>	<b>17.695,60</b>	<b>22.204,46</b>
(-) Impto. a la Renta	1.309,00	1.936,82	2.914,51	3.893,03	4.884,98
<b>(=) Utilidad del Ejercicio</b>	<b>4.641,01</b>	<b>6.866,92</b>	<b>10.333,28</b>	<b>13.802,57</b>	<b>17.319,48</b>

Elaborado por: Las autoras

### 5.7.3. Flujo de caja proyectado

El flujo de caja nos indica el movimiento de efectivo que tendrá durante el desarrollo de las actividades de la empresa en el transcurso de los cinco años proyectados, es de gran utilidad ya que determina la liquidez con la que cuenta la empresa y se detalla a continuación:

**Tabla 72**

**Flujo de Caja**

Empresa "PB Banquetes"						
Estado de Flujo de Caja						
Al 31 de Diciembre						
Expresado en dólares americanos						
Descripción	Año base	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Ingresos</b>						
Inversión Inicial	23.009,87					
(=) <b>Ganancia al año</b>		<b>4.641,01</b>	<b>6.866,92</b>	<b>10.333,28</b>	<b>13.802,57</b>	<b>17.319,48</b>
(+) Gastos depreciación		759,79	759,79	759,79	793,12	793,12
(+) Inversión Fija						2.499,19
(=) <b>Total Ingresos</b>	<b>23.009,87</b>	<b>5.400,80</b>	<b>7.626,71</b>	<b>11.093,07</b>	<b>14.595,69</b>	<b>20.611,79</b>
<b>Egresos</b>						
(-) Pago capital		2583,72	2869,22	3186,27	3538,35	3929,34
(-) Reinversión equipo computación					366,74	
(=) <b>Total Egresos</b>	<b>0,00</b>	<b>2583,72</b>	<b>2869,22</b>	<b>3186,27</b>	<b>3905,09</b>	<b>3929,34</b>
(=) <b>Flujo de Activo Neto Proyectado</b>	<b>23009,87</b>	<b>2817,08</b>	<b>4757,48</b>	<b>7906,80</b>	<b>10690,59</b>	<b>16682,45</b>

Elaborado por: Las autoras

## 5.8. Evaluación Financiera

La evaluación financiera sirve para determinar la factibilidad del proyecto para ello se utilizó los evaluadores financieros que son: Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Periodo de Recuperación de la Inversión, Análisis Costo Beneficio.

### 5.8.1. Tasa de Rendimiento medio

Determinamos el costo de oportunidad estableciendo tanto la tasa pasiva para el capital propio y la tasa activa para el capital financiado, según la información del Banco Central del Ecuador se encuentra en 4.95% la tasa pasiva y 7,83% la tasa activa en el año 2017.

**Tabla 73**

#### *Tasa de Rendimiento Medio*

Detalle	Valor	% Composición	Tasa de Rendimiento	Valor Ponderado
Fondos Propios	6.092,96	30%	0,0495	0,01485
Capital Financiado	16.106,91	70%	0,0783	0,05481
<b>Total</b>	<b>23.009,87</b>			<b>0,06966</b>

Elaborado por: Las autoras

**Tabla 74**

#### *Cálculo de la Tasa de Rendimiento Medio*

CK (Valor Ponderado)		6,97%	0,0696
Inflación		0,42%	0,0042
	<b>TRM=</b> $(1+k)(1+Rp)-1$		
	<b>TRM=</b>	0,074152572	
	<b>TRM=</b>	<b>7,42%</b>	

Elaborado por: Las autoras

La tasa de descuento es del 7,42% lo que representa la utilidad absoluta en la actualización de los valores futuros de efectivo presentado anteriormente.

### 5.8.2. Valor Actual Neto (VAN)

Representa la rentabilidad del proyecto en términos monetarios, para poder decir que el proyecto es factible el resultado debe ser positivo o mayor a cero.

**Tabla 75****Cálculo del VAN**

<b>Años</b>	<b>Flujos Netos</b>	<b>T Redescuento</b>	<b>FNA</b>
0	-23.009,87		
1	2.817,08	1,0742	2.622,61
2	4.757,48	1,1538	4.123,30
3	7.906,80	1,2394	6.379,74
4	10.690,59	1,3313	8.030,41
5	16.682,45	1,4300	11.666,21
<b>Sumatoria</b>			<b>32.822,28</b>
		<b>VAN =</b>	<b>9.812,40</b>

Elaborado por: Las autoras

El VAN obtenido es positivo, su cantidad corresponde a \$9.812,40 dólares, valor que es mayor a cero, por lo cual podemos decir que el proyecto es factible, ya que tiene un rendimiento superior al costo de la tasa de redescuento.

**5.8.3. Tasa Interna de Retorno (TIR)**

La tasa interna de retorno representa la rentabilidad del proyecto en términos porcentuales, para aceptar o rechazar la propuesta debe superar o ser igual a la tasa de rendimiento medio.

**Tabla 76****Cálculo del TIR**

<b>Años</b>	<b>Flujos Netos</b>	<b>Flujo Neto TDR</b>	<b>Flujo Neto TDR</b>
		<b>8,00%</b>	<b>19,00%</b>
0	-23.009,87		
1	2.817,08	2.608,41	2.367,30
2	4.757,48	4.078,78	3.359,57
3	7.906,80	6.276,67	4.692,02
4	10.690,59	7.857,91	5.331,06
5	16.682,45	11.353,79	6.990,77
	42.854,40	32.175,55	22.740,72
		<b>9.165,68</b>	<b>-269,16</b>

Elaborado por: Las autoras

Para el cálculo del TIR por interpolación de datos se toma en cuenta la siguiente fórmula:

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \left[ \frac{VAN Ti}{(VAN Ti - VAN Ts)} \right]$$

**DONDE:**

**Ti**= Tasa Inferior

**Ts**= Tasa Superior

**VAN Ti**= VAN Tasa Inferior

**VAN Ts**= VAN Tasa Superior

*Tabla 77*

*Resumen para el Cálculo de la TIR*

<b>Resumen para el Cálculo de la TIR</b>	
Tasa Inferior	8,00%
Tasa Superior	19,00%
VAN Tasa Inferior	9165,68
VAN Tasa Superior	-269,16

Elaborado por: Las autoras

$$TIR = 0.08 + (0.19 - 0.08) \left[ \frac{9165,68}{(9165,68 - (-269,16))} \right]$$

$$TIR = 18,69\%$$

Al realizar el cálculo de la Tasa Interna de Retorno se logra obtener el 18,69% esto quiere decir que en términos financieros existe una rentabilidad, por ende es factible el proyecto.

#### 5.8.4. Periodo de Recuperación de la Inversión

El periodo de recuperación de la inversión nos permite conocer cuál es el tiempo de recuperación de la inversión. Por lo que si el tiempo de recuperación es menor la inversión tiende a ser más garantizada.

**Tabla 78**

#### *Cálculo del Periodo de Recuperación de la Inversión*

Años	Capital	Flujos Netos	Recuperación de Capital	Tiempo de Recuperación
1	23.009,87	2.622,61	2.622,61	1 año
2		4.123,30	4.123,30	2 años
3		6.379,74	6.379,74	3 años
4		8.030,41	8.030,41	4 años
5		11.666,21	1.853,81	0,16 años
PRI=	4,16 años	4 años, 1 mes, 27 días		

Elaborado por: Las autoras

La recuperación de la inversión se la realizará en 4 años, 1 mes, 27 días.

#### 5.8.5. Costo – Beneficio

La relación Costo - Beneficio se detalla con la siguiente formula:

Relación Costo – Beneficio

$$C/B = \frac{\text{Sumatoria FNA}}{\text{Inversión}} = \frac{32.822,28}{23.009,87} = \mathbf{1,43}$$

El cálculo anterior determina que la Relación Costo - Beneficio es de 1,43, esto quiere decir que por cada dólar invertido será recuperado con una ganancia de 0,43 centavos.

### 5.8.6. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio nos ayuda a conocer el nivel de ventas en donde el negocio llega a cubrir los costos fijos y variables, para que posteriormente a estos se proceda a obtener utilidades.

**Tabla 79**

**Punto de equilibrio**

<b>Descripción</b>	
<b>INGRESOS</b>	
Ventas	60.000,00
<b>Costos y Gastos Fijos</b>	
Sueldos Operativos	19646,09
Gastos Administrativos	10.868,81
Gastos Ventas	120,00
Gastos Financieros	1779,81
Depreciación	1126,42
Amortización Activos Diferidos	200
<b>Total Costos Fijos</b>	<b>33741,13</b>
<b>Costos Variables</b>	
Costos directos de producción	11986,00
Costos indirectos de producción	3386,16
<b>Total Costos Variables</b>	<b>15372,16</b>
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>49113,29</b>

Elaborado por: Las autoras

### Cálculo del Punto de Equilibrio

Se presenta a continuación el cálculo del punto de equilibrio en cantidad y en dólares.

Fórmula:

$$\text{PE\$} = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costo Variable}}{\text{Ventas}}}$$

$$\text{PE\$} = \frac{33.741,13}{1 - \frac{15.372,16}{60.000,00}}$$

$$\text{PE\$} = 45.363,34$$

$$\text{PE u} = \frac{\text{PE\$}}{\text{Precio de venta x evento}}$$

$$\text{PE u} = \frac{45.363,34}{500,00}$$

$$\text{PE u} = 91$$

El punto de equilibrio nos refleja que la empresa debe vender el servicio en 91 eventos al año para poder recuperar los costos fijos y variables en su primer año de funcionamiento.

### 5.8.7. Resumen de evaluación financiera

Se presenta en el siguiente cuadro el resumen de los indicadores financieros con su respectivo análisis.

**Tabla 80**

#### **Resumen de Evaluación Financiera**

<b>Evaluación Financiera</b>	<b>Criterio de evaluación</b>	<b>Valor</b>	<b>Resultado</b>
TRM		7,42%	
VAN	VAN > 0	9812,40	Aceptable
TIR	TIR > TRM	18,69%	Aceptable
PRI		4,16 (4 años, 1 mes, 27 días)	Aceptable
C/B	C/B > 1	1,43	Aceptable
P.E \$		45363,34	Aceptable
P.E u.		91	Aceptable

Elaborado por: Las autoras



## 5.9. Conclusión

Una vez analizados los estados financieros se determinó que el Valor Actual Neto del proyecto es de \$ 9.812,40 dólares, esto quiere decir que es mayor a cero y por tanto positivo por lo cual el proyecto tiende a ser factible.

Se logró determinar que la Tasa Interna de Retorno la cual representa la rentabilidad del proyecto es del 18,69% de factibilidad en la creación de una empresa de servicio de catering.

La Relación Costo Beneficio es de 1,43 dólares, esto nos indica que por cada dólar invertido será recuperado con una ganancia de 0,43 centavos.

Dichos resultados mencionados anteriormente nos garantizan la factibilidad de la creación del proyecto.

## CAPÍTULO VI

### 6. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

#### 6.1. Nombre, slogan y logotipo de la empresa

Para seleccionar el nombre de la empresa se tomó en cuenta los servicios que ésta ofrece y el modelo de negocio que presenta, además las iniciales de los apellidos de las propietarias, por eso se llamará “PB Banquetes” y llevará su slogan “Deleite al paladar”.



**Figura 22**

#### **Nombre de la empresa**

Elaborado por: Las autoras

#### 6.2. Misión

La empresa “PB Banquetes” es una empresa que brinda servicios de catering con calidad y variedad que satisfaga las necesidades, gustos y preferencias de sus clientes, con una constante mira a seguir creciendo y mejorando cada día. Somos generadores de empleo mediante el aprovechamiento del recurso humano existente en la ciudad de Ibarra, proyectando una buena imagen a nivel local.

### 6.3. Visión

La empresa “PB Banquetes” para el año 2023, será una empresa líder en la prestación de servicios de catering con variedad y calidad en la localidad, que engrandezcan el conocimiento de los usuarios para convertirse en un referente provincial y nacional, con la ayuda de personal de la zona, capacitado, meticulado y con ganas de superación que promueva la conservación de la identidad cultural y el crecimiento del sector.

### 6.4. Principios y Valores

Los principios y valores que amparan a la empresa “PB Banquetes” son los siguientes:

- **Efectividad:** Ser eficaces y eficientes en la prestación del servicio.
- **Respeto:** Brindar un trato respetuoso a todos los que conforman la empresa.
- **Resolución:** Dar pronta respuesta a las necesidades del cliente.
- **Confianza:** Establecer relaciones de confianza con el cliente, basándose en un servicio comprometido y transparente.
- **Cordialidad:** Actuar con espontaneidad ante la prestación del servicio hacia el cliente.
- **Innovación:** Anticiparse al cambio y estar al día con las tendencias que marquen el sector para implementarlas en el servicio que prestamos.
- **Superación:** Mejorar día a día en el desarrollo del servicio y trabajo.

### 6.5. Políticas

Con el propósito de prestar un servicio óptimo al cliente, se crea un marco filosófico en el cual se detallan las políticas que servirán de base para el desarrollo habitual y así lograr atender los requerimientos del cliente.

A continuación detallamos las políticas más importantes:

- Contar con equipos en perfecto estado del cual garanticen la calidad que se tiene en la elaboración de los alimentos.
- El horario de atención al cliente corresponderá de ocho horas diarias de 8:00 a 16:00.
- En cuanto a la publicidad del servicio será divulgados por medio de tarjetas de presentación, hojas volantes y al igual que en las redes sociales.
- La empresa “PB Banquetes” tendrá la potestad de cambiar, agregar, corregir, modificar o eliminar cualquier política que lo amerite en el momento preciso, siempre y cuando se dé por medio de una notificación por escrito a todos los involucrados para el correcto funcionamiento administrativo.
- El servicio de catering estará disponible para el público en general que cuente con la capacidad de pago y que tenga la necesidad de adquirir dicho servicio.
- Cada uno de los empleados estarán sujetos a capacitaciones y evaluaciones continuas sobre el desempeño en sus actividades y en el servicio que brinden.
- Todo el personal deberá ser puntual y responsable en todas las actividades designadas.
- El personal en especial del área de producción estará sometido a exámenes médicos rigurosos antes del ingreso a la empresa y luego se repetirá una vez al año.
- El personal deberá estar en el puesto de trabajo con el respectivo uniforme completo y laborando.
- El proceso de elaboración de los alimentos estará controlado a través de fichas y recetas que permitirá mantener siempre la calidad de los mismos.

Además de las políticas antes mencionadas existen otras que son de mayor importancia de las cuales hemos de mantenerlas y cumplirlas al cien por ciento como son: Política de calidad, Certificación de procesos, y Política de ambiente, salud y seguridad.

- **Política de calidad**

Garantizar a nuestros clientes un servicio de catering de excelente calidad, elaborado bajo normas, procedimientos y controles que aseguren la mejora continua de métodos de elaboración, higiene y sabor para así satisfacer sus requerimientos.

- **Certificación de procesos**

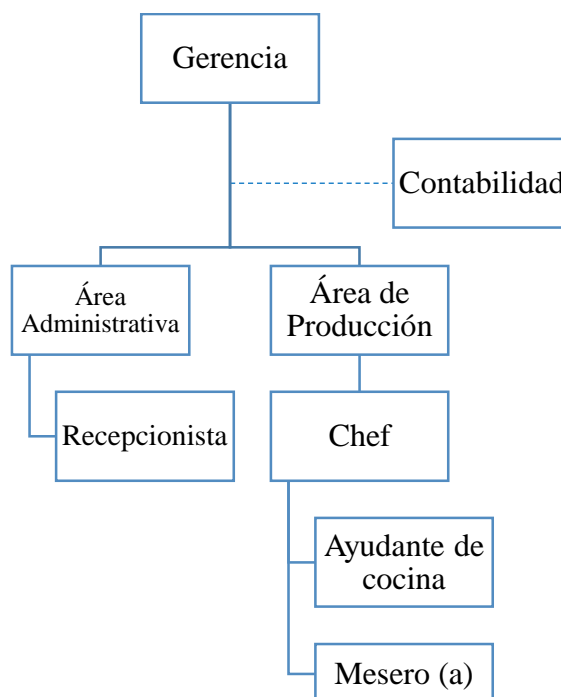
Contamos con procedimientos operativos y administrativos que nos permiten asegurar una entrega confiable y garantizada de nuestro servicio de catering al cliente.

- **Política de ambiente, salud y seguridad.**

Es prioridad de todos los niveles de nuestra pequeña empresa asegurar que todas las operaciones se realicen con un estricto apego a las políticas y procedimientos requeridos para el desarrollo y buen funcionamiento del servicio.

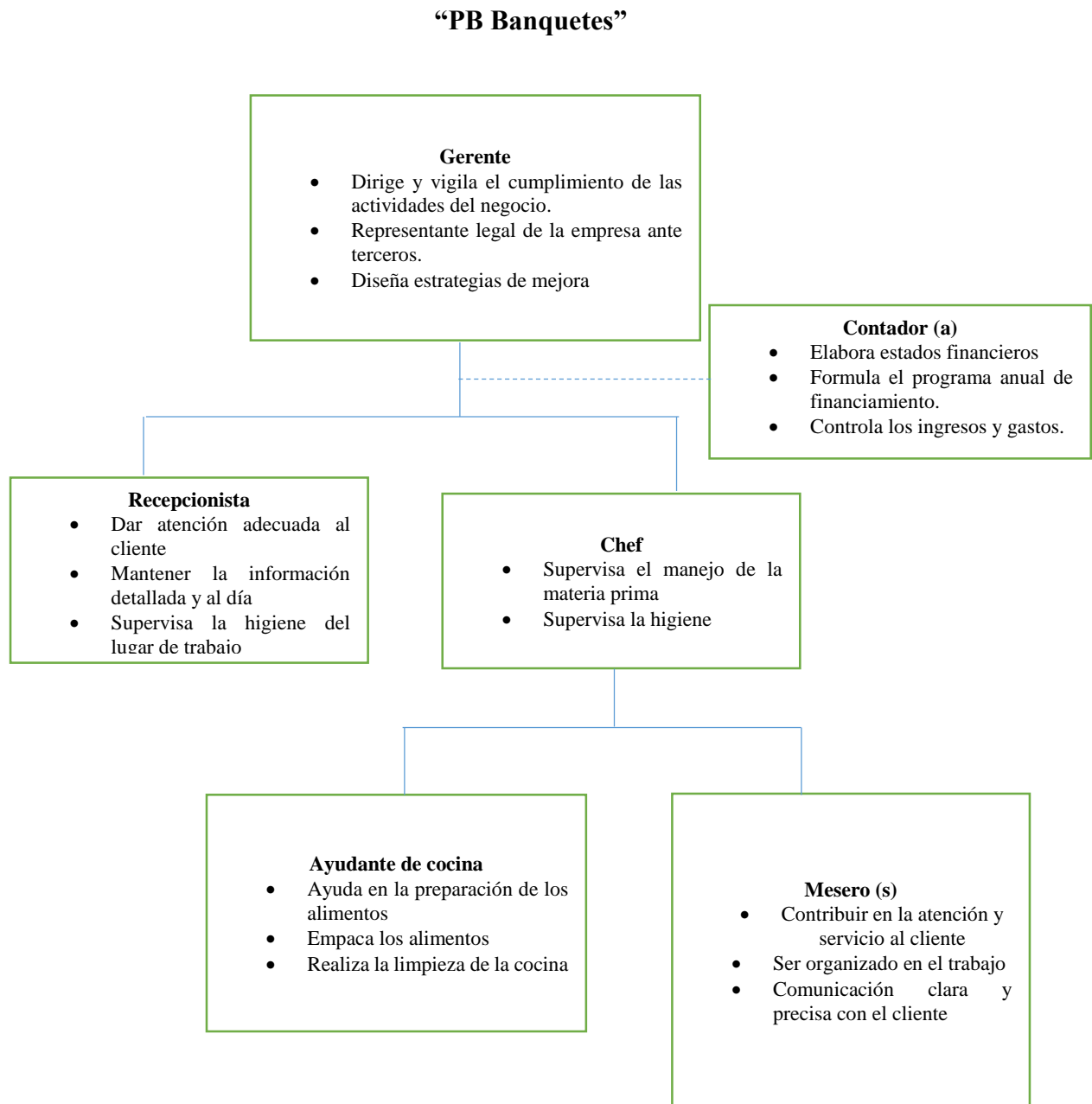
## **6.6. Organigrama estructural**

La empresa “PB Banquetes” se manejará a través del siguiente organigrama estructural.

**“PB Banquetes”****Figura 12****Organigrama estructural**

Elaborado por: Las autoras

## 6.7. Organigrama funcional



**Figura 13**

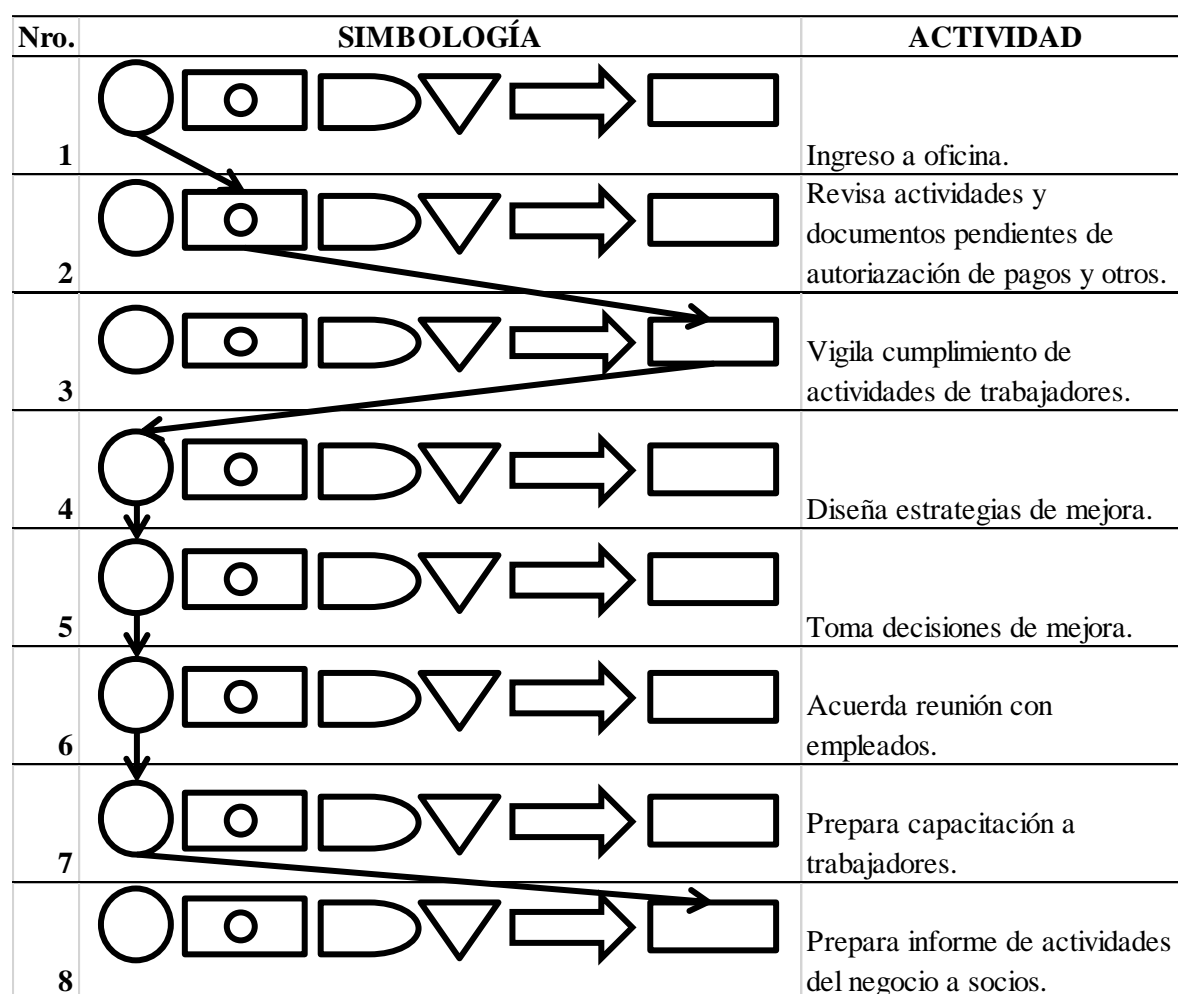
### **Organigrama funcional**

Elaborado por: Las autoras

## 6.8. Funciones del personal

### 6.8.1. Gerente

El gerente es quien se encarga de realizar la gestión administrativa financiera de la empresa, se encargará de realizar la planificación de las compras y venta, buscara proveedores y clientes para mantener un equilibrio entre oferta y demanda.



**Figura 25**


### *Flujograma de operaciones gerente*

Elaborado por: Las autoras



Tabla 81

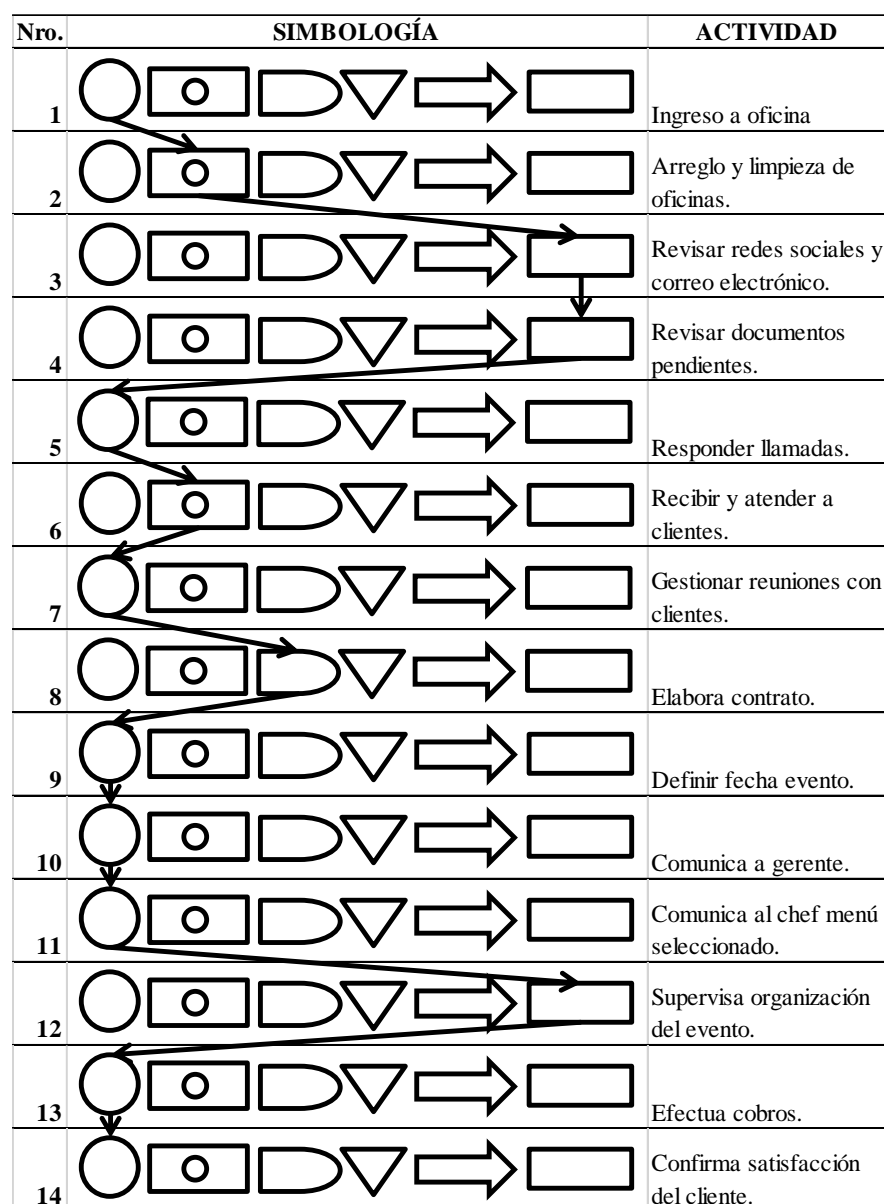
## Manual de Funciones Gerente

	<b>GERENTE</b>
	<p><b>OBJETIVO.</b> El gerente es quien se encarga de realizar la gestión administrativa financiera de la empresa, se encargará de realizar la planificación de las compras y venta, buscara proveedores y clientes para mantener un equilibrio entre oferta y demanda.</p>
<p><b>PERFIL.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidad de liderazgo</li> <li>• Dotes de mando</li> <li>• Espíritu de lucha</li> <li>• Capacidad de trabajo en equipo</li> <li>• Título de Tercer nivel en Administración de Empresas o afines</li> </ul>	<p><b>FUNCIONES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dirigir y vigilar el cumplimiento de la actividades del negocio</li> <li>• Representar legalmente a la empresa ante terceros</li> <li>• Diseñar estrategias de mejora</li> <li>• Preparar informes sobre la marcha del negocio</li> <li>• Mantener el proceso administrativo de la empresa siempre vigente.</li> <li>• Mantener buenas relaciones con los organismos de control.</li> </ul>
<p><b>COMPETENCIAS.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Habilidad para la toma de decisiones.</li> <li>• Habilidad para negociar.</li> <li>• Manejo de grupos de trabajo</li> <li>• Habilidad en planeación estratégica</li> </ul>	
<p><b>EXPERIENCIA.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Un mínimo de 2 años de experiencia en empresas similares.</li> </ul>	
<p><b>RELACIÓN FUNCIONAL</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Chef</li> </ul>	

Elaborado por: Las autoras

### 6.8.2. Recepcionista

La recepcionista es la persona encargada de proveer excelente servicio al cliente por medio telefónico o correo electrónico; apoyar en la consecución de los objetivos empresariales y lograr eficiencia en las labores administrativas de la empresa, en coordinación con el resto del personal.




**Figura 26**

#### *Flujograma de operaciones recepcionista*

Elaborado por: Las autoras

Tabla 82

## Manual de Funciones Recepcionista

	<b>RECEPCIONISTA</b>
	<p><b>OBJETIVO.</b> Proveer excelente servicio al cliente por medio telefónico o correo electrónico; apoyar en la consecución de los objetivos empresariales y lograr eficiencia en las labores administrativas de la empresa.</p>
<p><b>PERFIL.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Buena apariencia</li> <li>• Actitud amable, eficiente y servicial</li> <li>• Gran capacidad comunicativa</li> <li>• Manejo de herramientas informáticas</li> <li>• Mantener la confidencialidad</li> <li>• Cursando primeros niveles de carrera en Secretaría o afines.</li> </ul>	<p><b>FUNCIONES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Recibir y atender a los clientes</li> <li>• Responder a las llamadas telefónicas</li> <li>• Gestionar el e-mail y las redes sociales</li> <li>• Realizar actividades de tesorería (cobros y facturación)</li> <li>• Realizar actividades de oficina</li> <li>• Gestionar la organización de reuniones</li> <li>• Mantener presentable el área de recepción.</li> </ul>
<p><b>COMPETENCIAS.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsabilidad</li> <li>• Capacidad organizativa</li> <li>• Trabajo en equipo</li> </ul>	
<p><b>EXPERIENCIA.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Un mínimo de 6 meses de experiencia en cargos similares.</li> </ul>	
<p><b>RELACIÓN FUNCIONAL</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gerente</li> <li>• Chef</li> </ul>	

Elaborado por: Las autoras

### 6.8.3. Chef

Es la persona encargada de que la preparación de cada uno de los alimentos sea elaborado de la mejor manera posible y que la cocina funcione de una forma eficiente.

Nro.	SIMBOLOGÍA	ACTIVIDADES
1		Ingreso a vestidores.
2		Inspección de bodega y área de refrigeración.
3		Organiza equipo de trabajo.
4		Realiza distribución de tareas.
5		Gestiona el tiempo de cocinado y preparación de alimentos.
6		Solicita ingredientes de menú seleccionado por clientes.
7		Solicita a la auxiliar de cocina relaizar adelantos de producción.
8		Supervisa la preparación y cocción de alimentos.
9		Elaboración de emplatado.
10		Entrega de platos a mesero.
11		Limpieza del área de trabajo.
12		Control de existencias en bodega y area de refrigeración.
13		Lista de alimentos.
14		Planifica menús.
15		Compra alimentos.
16		Se mantiene actualizado en técnicas y tendencias culinarias.
17		Actualiza los menús para atraer al cliente.
18		Elaboración de presupuesto.
19		Mantiene y sigue normas de higiene y seguridad alimentaria.
20		Capacitación al personal de cocina.


**Figura 27**

#### **Flujograma de operaciones chef**

Elaborado por: Las autoras

Tabla 83

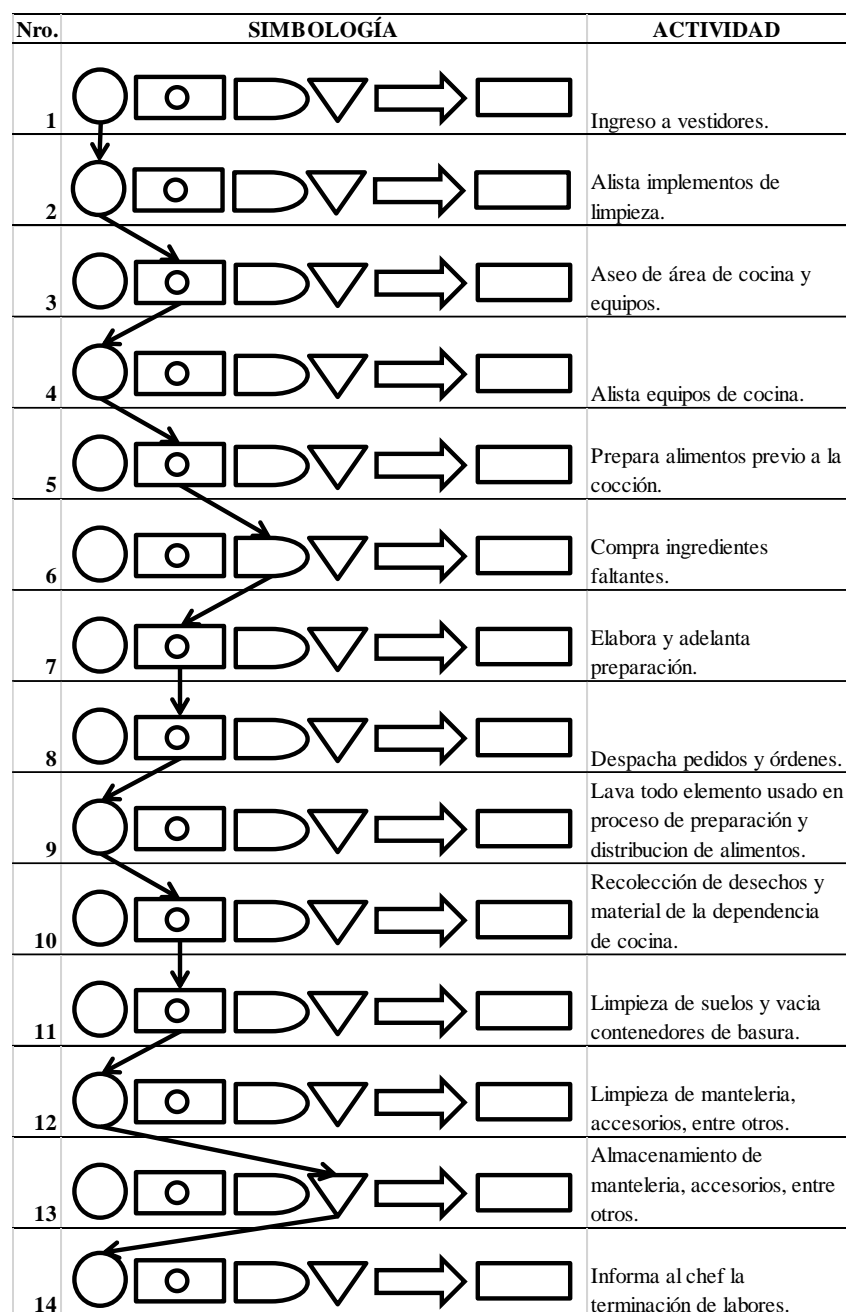
## Manual de Funciones Chef

	<b>CHEF</b>
	<p><b>OBJETIVO.</b> Se encargara de que la preparación de cada uno de los alimentos sea elaborado de la mejor manera posible y que la cocina funcione de una forma eficiente.</p>
<p><b>PERFIL.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajo bajo presión</li> <li>• Manejo de recetas culinarias</li> <li>• Buenas relaciones interpersonales</li> <li>• Título de Tercer nivel de Gastronomía</li> </ul>	<p><b>FUNCIONES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dirigir la cocina y ser responsable del funcionamiento del negocio y de brindar satisfacción a los requerimientos del cliente.</li> <li>• Distribución del trabajo en la cocina</li> <li>• Preparar los alimentos que se servirán en el servicio y cuidar de la buena presentación.</li> <li>• Supervisar la higiene</li> <li>• Supervisar el manejo de la materia prima a utilizarse.</li> </ul>
<p><b>COMPETENCIAS.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsabilidad</li> <li>• Agilidad</li> <li>• Honestidad</li> <li>• Trabajo en equipo</li> </ul>	
<p><b>EXPERIENCIA.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Un mínimo de 2 años de experiencia en empresas similares.</li> </ul>	
<p><b>RELACIÓN FUNCIONAL</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gerente</li> <li>• Contador (a)</li> <li>• Ayudante de cocina</li> <li>• Mesero (s)</li> </ul>	

Elaborado por: Las autoras

### 6.8.4. Asistente de cocina

Es la persona encargada de asistir al chef en la preparación de los alimentos y mantener en orden la cocina y todo lo que este a su cargo.




**Figura 28**

#### **Flujograma de operaciones asistente de cocina**

Elaborado por: Las autoras

Tabla 84

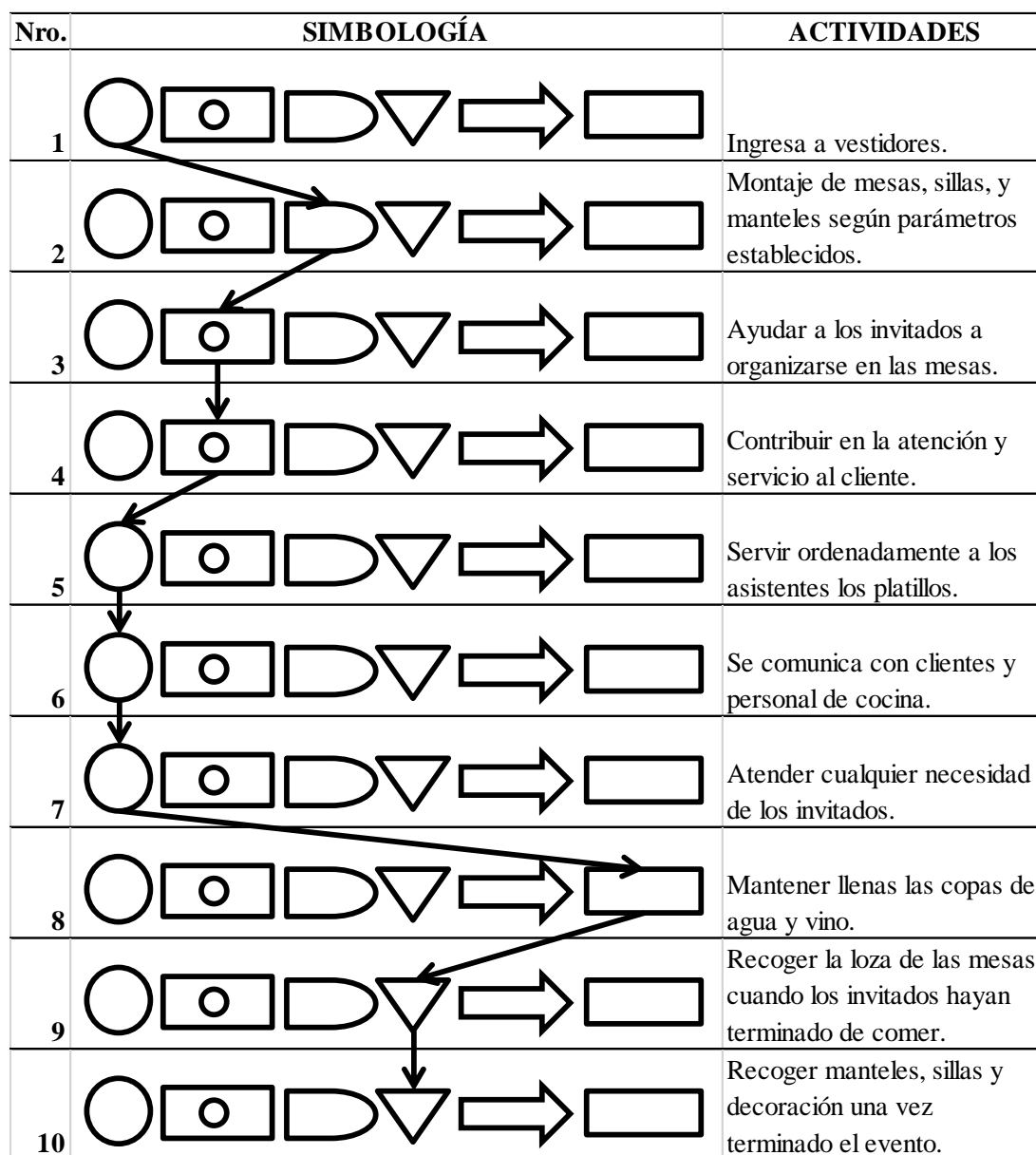
## Manual de Funciones Asistente de cocina

	<b>ASISTENTE DE COCINA</b>
	<p><b>OBJETIVO.</b> Se encargara de asistir al chef en la preparación de los alimentos y mantener en orden la cocina y todo lo que este a su cargo.</p>
<p><b>PERFIL.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Buenas relaciones interpersonales</li> <li>• Conocimientos de cocina</li> <li>• Bachiller y con conocimientos de cocina</li> </ul>	<p><b>FUNCIONES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ayuda en la preparación de alimentos</li> <li>• Disponer de los utensilios para empacar los alimentos</li> <li>• Empacar los alimentos</li> <li>• Realizar el aseo del área de cocina</li> </ul>
<p><b>COMPETENCIAS.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsabilidad</li> <li>• Honestidad</li> <li>• Trabajo en equipo</li> <li>• Agilidad</li> </ul>	
<p><b>EXPERIENCIA.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cursos de gastronomía</li> </ul>	
<p><b>RELACIÓN FUNCIONAL</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Chef</li> <li>• Mesero (s)</li> </ul>	

Elaborado por: Las autoras

### 6.8.5. Mesero (a)

Es la persona encargada de recibir a los clientes y ubicarlos en el lugar correspondiente para el evento y de la repartición de cada uno de los platillos que se han preparado para el evento de forma ágil.



**Figura 29**


### *Flujograma de operaciones mesero*

Elaborado por: Las autoras



Tabla 85

## Manual de Funciones Mesero (a)

	<b>MESERO (S)</b>
	<p><b>OBJETIVO.</b> Se encargara de la repartición de cada uno de los platillos que se han preparado para el evento de forma ágil.</p>
<p><b>PERFIL.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajo bajo presión</li> <li>• Buenas relaciones interpersonales</li> <li>• Agilidad de respuesta para solucionar conflictos</li> <li>• Bachiller – Capacitaciones (60 horas) en formación de meseros</li> </ul>	<p><b>FUNCIONES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ayudar a los invitados a organizarse en las mesas</li> <li>• Servir ordenadamente a los asistentes los platillos preparados para el evento</li> <li>• Contribuir en la atención y servicio al cliente</li> <li>• Comunicarse con los clientes y el personal de manera clara y precisa, para comunicar los requerimientos de los asistentes.</li> <li>• Ser organizado en el trabajo y brindar soluciones a los problemas de los clientes</li> </ul>
<p><b>COMPETENCIAS.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsabilidad</li> <li>• Honestidad</li> <li>• Trabajo en equipo</li> <li>• Agilidad</li> <li>• Presentación</li> <li>• Respeto y buena actitud</li> </ul>	
<p><b>EXPERIENCIA.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Un mínimo de 1 año de experiencia en empresas similares</li> </ul>	
<p><b>RELACIÓN FUNCIONAL</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Chef</li> <li>• Ayudante de cocina</li> </ul>	

Elaborado por: Las autoras

## **6.9. Constitución Jurídica**

### **6.9.1. Razón Social**

La razón social de la empresa de servicios de catering es “PB Banquetes”, denominada así por el servicio que presta y por las iniciales de los apellidos de las propietarias.

### **6.9.2. Figura jurídica**

La empresa funcionará como una unidad de producción entre dos socias, las que aportarán al capital en partes iguales, que dentro del marco legal será constituida como una sociedad civil y comercial, debido a que el proyecto será implementado bajo los principios de crecimiento y desarrollo social de la zona; ya que los bienes y servicios que ofrecerá la empresa van dirigidos al público en general sin ninguna distinción.

### **6.9.3. Representante legal**

El representante legal de la empresa ha sido designado por decisión unánime entre las dos socias, siendo elegida como representante legal la Srta. Ana Belén Benavides Saá.

### **6.9.4. Domicilio**

La empresa tiene su domicilio en la Calle 13 de Abril #26 – 48 y Av. Jaime Roldós Aguilera, perteneciente al Barrio “San Miguel de Ibarra”, parroquia El Sagrario, ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

## **6.10. Aspectos legales de funcionamiento (RUC, IESS, registro sanitario, permisos de funcionamiento)**

La empresa debe cumplir con varios aspectos legales, para el funcionamiento de la misma es necesario la obtención de varios permisos para el correcto inicio de actividades; a

continuación se detalla el trámite con el respectivo ente regulador y el tiempo que se demora en obtener lo solicitado.

**Tabla 86**

**Aspectos legales de funcionamiento**

<b>TRÁMITE</b>	<b>ENTIDAD RECTORA</b>	<b>DURACIÓN</b>
Constitución de Sociedades	Registro Mercantil	10 días
Obtención del RUC	Servicio de Rentas Internas (SRI)	1 día
Obtención clave patronal	Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS)	1 día
Inscripción y pago patente	Ilustre Municipio de Ibarra (IMI)	1 día
Autorización de funcionamiento	Cuerpo de Bomberos de Ibarra (CBI)	2 días
Permiso de funcionamiento	Agencia de Regulación y Control Sanitario (ARCSA)	3 días
Afiliación a la Cámara de Comercio	Cámara de Comercio de Ibarra (CCI)	7 días
<b>TOTAL</b>		<b>25 días</b>

Elaborado por: Las autoras

## CAPÍTULO VII

### 7. IMPACTOS

#### 7.1. Parámetros de medición

La ejecución del proyecto genera una serie de impactos positivos en las diferentes áreas; los que serán analizados mediante una matriz de impactos para una mejor interpretación y comprensión.

Se tomará en cuenta varios impactos como: económico, social, ambiental y comercial como los principales en la creación de la microempresa, con la finalidad de determinar las incidencias que conllevara la implementación de la empresa dentro de éstos ámbitos.

En la matriz de impactos, la tabulación y el análisis serán realizados a base de indicadores por cada uno, los que han sido tabulados con ponderación alto, medio, bajo de forma positiva y negativa de acuerdo a la siguiente tabla:

**Tabla 87**

***Valoración de impactos***

<b>Impactos</b>	<b>Ponderación</b>
Impacto alto positivo	3
Impacto medio positivo	2
Impacto bajo positivo	1
No hay impacto	0
Impacto bajo negativo	-1
Impacto medio negativo	-2
Impacto alto negativo	-3

Elaborado por: Las autoras

## 7.2. Impacto Económico

**Tabla 88**  
**Impacto Económico**

Indicadores	Niveles de Impacto						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Satisfacción de Necesidades							x
Iniciativa de Ahorro						x	
Administrar los Recursos Económicos							x
<b>TOTAL</b>						<b>2</b>	<b>6</b>

Elaborado por: Las autoras

$$\frac{\text{Nivel de Impacto Económico}}{\text{Número de impactos}} = \frac{8}{3}$$

$$\text{Nivel de Impacto Económico} = 2,66$$

El resultado de este indicador da como resultado medio positivo y como resultado de esto se obtiene una iniciativa de ahorros para los consumidores que se beneficiarán del servicio que es accesible para todas las clases sociales, además de ello satisfacer sus necesidades y construir un buen futuro para todos los grupos de interés de la empresa.

El impacto económico generado con el presente proyecto será un cambio muy relevante para las personas que se relacionarán directamente con él, porque se administrará los recursos económicos de forma eficiente, debido a que se comenzará a ahorrar para el futuro, con la visión de ampliar la pequeña empresa y continuar satisfaciendo a sus clientes en cuanto a calidad, cantidad, variedad y seguridad; se elaborarán presupuestos de ingresos y gastos para administrar adecuadamente los recursos económicos, que ayude para recurrir a un financiamiento para el crecimiento del proyecto.

### 7.3. Impacto Social

**Tabla 89**  
**Impacto Social**

Indicadores	Niveles de Impacto						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Nivel de Vida							x
Contrarrestar el Desempleo					x		
Seguridad Familiar						x	
<b>TOTAL</b>					<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>

Elaborado por: Las autoras

$$\frac{\text{Nivel de Impacto Social}}{\text{Número de indicadores}} = \frac{6}{3}$$

$$\text{Nivel de Impacto Social} = 2$$

El impacto social que genera el proyecto tiene un impacto medio positivo que creará cambios en la forma que mejorará el nivel de vida de los beneficiarios de la creación del proyecto, de modo que se generará fuentes de trabajo contrarrestando el desempleo, de esta manera podrán brindar seguridad a su familia, accediendo a servicios de calidad.

En cuanto al indicador del nivel de vida, notamos que tiene un impacto positivo debido al alcance del proyecto ya que contribuye con la creación de puestos de trabajo, brindando así un mejor nivel de vida para los miembros del proyecto.

## 7.4. Impacto Ambiental

**Tabla 90**

**Impacto Ambiental**

Indicadores	Niveles de Impacto						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Manejo de desechos						x	
Capacitación en el uso de recursos no renovables					x		
Conciencia ecológica						x	
<b>TOTAL</b>					<b>1</b>	<b>4</b>	

Elaborado por: Las autoras

$$\frac{\text{Nivel de Impacto Ambiental}}{\text{Número de indicadores}} = \frac{5}{3}$$

$$\text{Nivel de Impacto Ambiental} = 1,66$$

El presente proyecto tendrá un impacto ambiental de nivel bajo positivo, debido a que por el giro del negocio se manipulará desechos orgánicos e inorgánicos que pueden afectar el ecosistema, pero para contrarrestar estos efectos, se aplicará un estricto control en el manejo de desechos que permita garantizar seguridad en el servicio prestado y a la vez un correcto manejo de los residuos generados.

El tratamiento de los sobrantes será aplicado dentro de las políticas y procedimientos internos de la empresa y cumplido por todo el personal que labora en la empresa, para así ayudar a personas o fundaciones que así lo necesiten, implementando capacitaciones a todo el personal para el uso eficiente de recursos no renovables utilizados para la prestación del servicio.

## 7.5. Impacto Comercial

**Tabla 91**

**Impacto Comercial**

Indicadores	Niveles de impacto						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Competitividad							x
Asociación Comercial						x	
Micro emprendimiento							x
<b>TOTAL</b>						<b>2</b>	<b>6</b>

Elaborado por: Las autoras

$$\frac{\text{Nivel de Impacto Comercial}}{\text{Número de impactos}} = \frac{8}{3}$$

$$\text{Nivel de Impacto Comercial} = 2,66$$

El impacto comercial que genera el presente proyecto es de nivel medio positivo, debido a que por el indicador de competitividad muestra que se realizarán los procesos de forma eficiente y se realizará una prestación de servicio de calidad. También se recurrirá a la asociación comercial que existirá entre la pequeña empresa y las empresas ya posicionadas en el mercado que puedan ayudar para el fortalecimiento de la misma, sin embargo estas asociaciones estarán limitadas de acuerdo a las políticas de los proveedores. Finalmente el indicador de micro emprendimiento genera un impacto alto positivo que fortalece la creación de fuentes de trabajo e independencia laboral.



## CONCLUSIONES

- Con el diagnóstico situacional, se logró analizar la zona de influencia del proyecto, y determinar aliados, oportunidades, oponentes y riesgos; visualizando con claridad la oportunidad de inversión. Actualmente en la parroquia El Sagrario, ciudad d Ibarra, se encuentra con facilidad productos orgánicos a un costo accesible, incentivando la economía local con la generación de empleo.
- Los lineamientos y bases teóricas ayudaron a definir puntos importantes como conocer y discernir los fundamentos indispensables en un proyecto de factibilidad; de tal forma que los conceptos descritos contribuyan al aprendizaje de nuevas generaciones, en vista que han sido analizadas cada una de las percepciones dando una mejor visión de lo expuesto.
- Por medio del estudio de mercado, se pudo identificar la oferta y demanda y se realizó un análisis de las necesidades de las familias que permitió demostrar la posible demanda a satisfacer, la carencia de un lugar que preste un servicio de calidad. Además de conocer los gustos y preferencias de las familias al momento de escoger un lugar para su evento, se estableció la forma más adecuada de llegar al mercado por medio de propaganda en radio y se fijó un precio mismo que está acorde a los gastos familiares.
- Mediante el estudio técnico se estableció la mejor ubicación para la implementación de esta empresa tomando en cuenta que la mayor parte de empresas hoteleras se encuentran asentadas en los alrededores de la ciudad de Ibarra, además se pudo determinar la capacidad del proyecto y las inversiones requeridas para establecer un estudio financiero adecuado para la creación de lo que será una empresa organizadora de eventos sociales.
- El estudio financiero, permitió conocer la factibilidad del proyecto y sobretodo la sensibilidad del mismo. Por medio de los indicadores de evaluación financiera se puede decir que el proyecto es factible, obviamente en condiciones ideales, es decir siempre y cuando no existan cambios significativos en el mercado.

- Por medio del estudio administrativo, se estableció la estructura de la organización. Así como su misión, visión, principios, políticas y valores que forman parte de la filosofía empresarial. De igual modo, permitió conocer las condiciones y requisitos que la empresa debe cumplir para constituirse y funcionar correctamente.
- Se determinó impactos económico, social, comercial y ambiental los mismos que tienen incidencia directa en el proyecto, se establece parámetros de importancia y se analiza cada uno de los indicadores, dando un resultado medio positivo, resaltando las bondades del proyecto.

## RECOMENDACIONES

- La creación de una empresa de servicios de catering es indispensable ya que no existe un lugar específico que se encargue de la organización de un evento social, el mismo que cuente con los estándares adecuados de calidad ofreciendo seguridad y confiabilidad a los usuarios; con la creación de esta empresa se mejorara notablemente la calidad de vida de muchas familias, esta empresa se la deberá realizar bajo las especificaciones que se obtuvieron en la encuestas, de esto depende la aceptación a largo plazo.
- Evaluar constantemente las nuevas tendencias de precios, gustos y necesidades de las familias para que en base a esto se vayan mejorando las propuestas de servicio, es claro que se proyectó una oferta y demanda a cinco años pero de igual forma se debe estar a la expectativa de las nuevas tendencias y comportamientos de las personas y elaborar cambios y adecuaciones necesarias.
- Incrementar servicios adicionales para satisfacer los gustos, necesidades y preferencias de los usuarios de acuerdo a las nuevas tendencias que se presenten en el medio y de acuerdo a las exigencias del cliente.
- Realizar la adecuación necesaria del espacio físico en un determinado tiempo de acuerdo a las tendencias del momento , brindando un servicio de calidad que es lo que se busca con la creación de esta empresa organizadora de eventos sociales, además mejorar la infraestructura será un trabajo que se lo deberá realizar para cumplir con lo establecido en la ley.
- Los impactos que genera el proyecto son altamente positivos por lo que a largo plazo se deberá hacer un análisis de las incidencias educativas, tecnológicas y sociales, tomando en cuenta que nos encontramos en un mundo cambiante que nos obliga a estar innovando cada día.

**BIBLIOGRAFÍA**

- Araujo Arévalo, D. (2012). *Proyectos de inversión*. México D.F.: Trillas.
- Baca Urbina, G. (2010). *Evaluación de Proyectos*. México: McGraw-Hill.
- Banco Central del Ecuador. Información Estadística. (2018).
- Castro, A. (2006). *Proyectos de Inversión Continental*. México D.F., México D.F.
- Fierro, Á. (2011). *Contabilidad General*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- García Colín, J. (2008). *Contabilidad de Costos*. México S.A. de C.V: McGRAW-HILL.
- INEC. (2010).
- Jácome, W. (2005). *Bases teóricas y prácticas para el diseño y evaluación de proyectos productivos y de inversión*. Ibarra, Ecuador: Editorial Universitaria CUDIC.
- Johson , G., & Scholes, K. (2007). *Dirección Estratégica*. Madrid: Pearson Prentice Hall.
- Sapag Chain, N. (2007). *Formulación y Evaluación de Proyectos*.
- Schnarch Kirberg, A. (2005). *Desarrollo de Nuevos Productos*. Colombia: Mc GrawHill.
- Toppin, G., Czerniawska, F. (2008). *Consultoría de Negocios*. 1ra ed. Cuatro Media. Buenos Aires.
- Vásquez, H. (2008). *Organización aplicada*. México: McGRAW-HILL.
- Vause, B. (2008). *Análisis estratégico de compañías*. 1ra ed. Cuatro Media. Buenos Aires.
- Zapata, P. (2011). *Contabilidad General con base en las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF)*. Bogotá: Mc Graw Hill.

Registro Mercantil. Información sociedades. Reposado en:

<http://registromercantil.gob.ec/cuenca/servicios-cuenca/65-constitucion-sociedades-civiles.html>

# ANEXOS

## Anexo 1



Universidad Técnica del Norte

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

Contabilidad Superior y Auditoría

**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS HABITANTES DE LA CIUDAD DE IBARRA**

**OBJETIVO:** Conocer los gustos y preferencias de los habitantes de la ciudad de Ibarra en relación al catering (organización de eventos sociales).

**Indicaciones:** Seleccione la(s) respuesta(s) que usted considere las más adecuadas.

**1. ¿Conoce usted alguna empresa que preste servicios de catering (organización de eventos sociales)?**

Si ( )

No ( )

**2. ¿Alguna vez usted ha utilizado los servicios de una empresa de catering para organizar eventos sociales?**

Si ( )

No ( )

**2.1. Si su respuesta anterior fue si, indique: ¿Qué empresa le brindó el servicio?**

.....

**3. ¿Con qué frecuencia realiza usted un evento?**

Trimestralmente ( )

Semestralmente ( )

Anualmente ( )

**4. ¿De qué tamaño es el evento que realizó?**

Pequeño (hasta 50 personas) ( )

Mediano (de 51 a 100 personas) ( )

Grande (más de 100 personas) ( )

**5. ¿Cómo considera la atención que ha recibido en el lugar donde se realizó su evento social?**

Excelente ( )

Buena ( )

Regular ( )

Mala ( )

**6. ¿Estaría dispuesto a contratar los servicios de una empresa que le ayude con la organización de su evento?**

Si ( )

No ( )

**7. ¿Qué aspectos considera usted importantes a la hora de contratar un servicio de catering?**

Calidad ( )

Espacio físico ( )

Decoración ( )

Variedad de menú ( )

Precio ( )

**8. ¿Qué servicios adicionales le gustaría que le brinde la empresa de catering?**

Licores a consignación ( )

Presentaciones artísticas ( )

Fotografía y filmación ( )

Tarjetería ( )

Transporte ( )

Área infantil con personal adecuado ( )

Todos ( )



**9. ¿Qué cantidad de dinero estaría dispuesto a destinar para la realización de un evento social?**

De 500 a 750 dólares ( )

De 750,01 a 1250 dólares ( )

De 1250,01 dólares en adelante ( )

**10. ¿A través de que medio le gustaría recibir información de una nueva empresa de servicios de catering?**

Internet (Página web, redes sociales) ( )

Tarjetas de presentación ( )

Radio ( )

Prensa ( )

Hojas volantes ( )

*¡Gracias por su colaboración!*

## Anexo 2

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

**ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS RESTAURANTES DE LA CIUDAD DE IBARRA**

**OBJETIVO:** Identificar la oferta de servicios de comida en la ciudad de Ibarra y los beneficios que genera.

**Nombre del establecimiento:**

-----

**Propietario:**

-----

**Dirección:**

-----

**Servicios que ofrece:**

-----

**Menú que ofrece:**

-----

**Características generales:**

-----

**Tiempo de experiencia en el mercado:**

-----

**Costos de los platos:**

-----

**Información del año actual:**

**Costo promedio de los platos:** -----

**Numero de platos promedio vendidos diariamente:** -----

**Ingreso promedio diario:** -----

**Información años anteriores: Año -----**

**Costo promedio de los platos:** -----

**Numero de platos promedio vendidos diariamente:** -----

**Ingreso promedio diario:** -----

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

## Anexo 3

## Tabla de amortización




<b>CAPITAL</b>	\$16.106,91
<b>PERIODOS</b>	60
<b>TASA POR PERIODO</b>	0,92%
<b>TASA ANUAL</b>	11,05%
<b>PERIODOS EN EL AÑO</b>	12
<b>PAGO</b>	\$350,61

PERIODO	SALDO INICIAL	DIVIDENDO	PAGO CAPITAL	PAGO INTERES	SALDO FINAL
					\$16.106,91
1	16106,9116	\$350,61	\$202,29	\$148,32	\$15.904,62
2	\$15.904,62	\$350,61	\$204,15	\$146,46	\$15.700,47
3	\$15.700,47	\$350,61	\$206,03	\$144,58	\$15.494,44
4	\$15.494,44	\$350,61	\$207,93	\$142,68	\$15.286,52
5	\$15.286,52	\$350,61	\$209,84	\$140,76	\$15.076,68
6	\$15.076,68	\$350,61	\$211,77	\$138,83	\$14.864,90
7	\$14.864,90	\$350,61	\$213,72	\$136,88	\$14.651,18
8	\$14.651,18	\$350,61	\$215,69	\$134,91	\$14.435,49
9	\$14.435,49	\$350,61	\$217,68	\$132,93	\$14.217,81
10	\$14.217,81	\$350,61	\$219,68	\$130,92	\$13.998,12
11	\$13.998,12	\$350,61	\$221,71	\$128,90	\$13.776,42
12	\$13.776,42	\$350,61	\$223,75	\$126,86	\$13.552,67
13	\$13.552,67	\$350,61	\$225,81	\$124,80	\$13.326,86
14	\$13.326,86	\$350,61	\$227,89	\$122,72	\$13.098,98
15	\$13.098,98	\$350,61	\$229,99	\$120,62	\$12.868,99
16	\$12.868,99	\$350,61	\$232,10	\$118,50	\$12.636,89
17	\$12.636,89	\$350,61	\$234,24	\$116,36	\$12.402,65
18	\$12.402,65	\$350,61	\$236,40	\$114,21	\$12.166,25
19	\$12.166,25	\$350,61	\$238,57	\$112,03	\$11.927,68
20	\$11.927,68	\$350,61	\$240,77	\$109,83	\$11.686,91
21	\$11.686,91	\$350,61	\$242,99	\$107,62	\$11.443,92
22	\$11.443,92	\$350,61	\$245,23	\$105,38	\$11.198,69
23	\$11.198,69	\$350,61	\$247,48	\$103,12	\$10.951,21
24	\$10.951,21	\$350,61	\$249,76	\$100,84	\$10.701,45
25	\$10.701,45	\$350,61	\$252,06	\$98,54	\$10.449,38
26	\$10.449,38	\$350,61	\$254,38	\$96,22	\$10.195,00
27	\$10.195,00	\$350,61	\$256,73	\$93,88	\$9.938,27

28	\$9.938,27	\$350,61	\$259,09	\$91,51	\$9.679,18
29	\$9.679,18	\$350,61	\$261,48	\$89,13	\$9.417,71
30	\$9.417,71	\$350,61	\$263,88	\$86,72	\$9.153,82
31	\$9.153,82	\$350,61	\$266,31	\$84,29	\$8.887,51
32	\$8.887,51	\$350,61	\$268,77	\$81,84	\$8.618,74
33	\$8.618,74	\$350,61	\$271,24	\$79,36	\$8.347,50
34	\$8.347,50	\$350,61	\$273,74	\$76,87	\$8.073,77
35	\$8.073,77	\$350,61	\$276,26	\$74,35	\$7.797,51
36	\$7.797,51	\$350,61	\$278,80	\$71,80	\$7.518,70
37	\$7.518,70	\$350,61	\$281,37	\$69,23	\$7.237,33
38	\$7.237,33	\$350,61	\$283,96	\$66,64	\$6.953,37
39	\$6.953,37	\$350,61	\$286,58	\$64,03	\$6.666,80
40	\$6.666,80	\$350,61	\$289,21	\$61,39	\$6.377,58
41	\$6.377,58	\$350,61	\$291,88	\$58,73	\$6.085,70
42	\$6.085,70	\$350,61	\$294,57	\$56,04	\$5.791,14
43	\$5.791,14	\$350,61	\$297,28	\$53,33	\$5.493,86
44	\$5.493,86	\$350,61	\$300,02	\$50,59	\$5.193,84
45	\$5.193,84	\$350,61	\$302,78	\$47,83	\$4.891,06
46	\$4.891,06	\$350,61	\$305,57	\$45,04	\$4.585,50
47	\$4.585,50	\$350,61	\$308,38	\$42,22	\$4.277,12
48	\$4.277,12	\$350,61	\$311,22	\$39,39	\$3.965,90
49	\$3.965,90	\$350,61	\$314,09	\$36,52	\$3.651,81
50	\$3.651,81	\$350,61	\$316,98	\$33,63	\$3.334,83
51	\$3.334,83	\$350,61	\$319,90	\$30,71	\$3.014,94
52	\$3.014,94	\$350,61	\$322,84	\$27,76	\$2.692,09
53	\$2.692,09	\$350,61	\$325,82	\$24,79	\$2.366,28
54	\$2.366,28	\$350,61	\$328,82	\$21,79	\$2.037,46
55	\$2.037,46	\$350,61	\$331,84	\$18,76	\$1.705,62
56	\$1.705,62	\$350,61	\$334,90	\$15,71	\$1.370,72
57	\$1.370,72	\$350,61	\$337,98	\$12,62	\$1.032,74
58	\$1.032,74	\$350,61	\$341,10	\$9,51	\$691,64
59	\$691,64	\$350,61	\$344,24	\$6,37	\$347,41
60	\$347,41	\$350,61	\$347,41	\$3,20	<b>-\$0,00</b>

Anexo 4

Proformas

 <b>METÁLICAS VACA</b>		<b>PROFORMA</b> 001-001	
		<b>Nº 0001366</b>	
<b>MARIA VIRGINIA CORTES ALFONSO</b> VENTA AL POR MAYOR Y MENOR: Artículos de Metal, Artefactos del Hogar, Electrodomésticos y Artículos de Bazar Documento Categorizado: NO			
Dir.: Velasco 927 y Sánchez y Cifuentes    Telf.: 2611 065    Ibarra - Ecuador    RUC: 1001890860001			
<b>CLIENTE:</b> Anita Benavides		<b>FECHA:</b> 23 enero 2019	
<b>DIRECCION:</b> San Antonio		<b>CODIGO:</b>	
<b>PLAZO DE PAGO:</b>		<b>RUC.:</b> 1003002027	
<b>OBSERVACIONES ESPECIALES:</b>		<b>TELF:</b> 09855561275	
CANT.	DETALLE	P. UNIT.	V. TOTAL
02	Cocinas de 2 Quemadores Con Horno en acero Pulido 0,7 con Quemador de Aluminio	375,00	750,00
02	Estanterias de 70cm x 40	66,96	133,93
01	lata Para Pollo de 55 x 34 cm, 07	44,64	44,64
<b>FORMA DE PAGO</b>			
Efectivo	Dinero Electrónico	Tarjeta Crédito y Débito	Otros
			Subtotal % 928,57
			Subtotal 0%
			Descuento
			SUB TOTAL
			12 % IVA 111,43
			<b>VALOR TOTAL 1040,00</b>
 <b>CLIENTE</b>		 <b>VENDEDOR</b>	
Edgar Anibal Ruales Villaruel - Imprenta "Eloy Alfaro" RUC: 1000315703001 Aut. Nro. 1147 Telf.: 2950 133 Imp. - 1501 - 1500			
			Original Adquirente Copia Emisor

Proforma Metálicas Vaca

PRECIOS DE PRODUCTOS  
1 NEVERA Haceb 292 LITROS  
\$ 420,,  
2 CILINDRO DE GAS  
\$ 46 9/10,,  
1 cocina Amalia Ecoline silver  
\$ 193,,

TOTAL = \$ 705,,

Bodega Mayorista "Chalde"  
Sanchez y Cihentes 5-18 y Borrero  
Ibarra

**Proforma Bodega Mayorista**

# ALMACEN UNICORNIO

HIDALGO AMAGUAÑA MARIA GLADIS

VENTAS AL POR MENOR DE ARTICULOS PARA EL HOGAR EN GENERAL

Documento categorizado: OBLIGADO A LLEVAR CONTABILIDAD

RUC: 1001864584001

DIR: AV. PEREZ GUERRERO 7-28 Y SANCHEZ Y CIFUENTES - IBARRA

Telf.: 2-959-910

Fecha: 15 Octubre 2018

**PROFORMA 001-001 N° 101**

**NOMBRE: Andrea Paz**

**RUC: 1003779053**

**Telf : 0980281625**

**DIRECCION: 13 de Abril y Jaime Roldos**

CANT.	PRODUCTO	VAL.UNIT.	VAL.TOTAL
1	Olla ovalada #45	\$25.00	\$25.00
1	Olla ovalda #36	\$15.50	\$15.50
1	Paila industrial #60	\$45.00	\$45.00
2	Tazon acero #40	\$5.00	\$10.00
1	Colador con mando de madera	\$4.50	\$4.50
1	Juego coladores x3	\$1.50	\$1.50
1	Cuchara tortera	\$2.50	\$2.50
1	Cuchara de helado	\$7.50	\$7.50
1	Cucharon	\$3.75	\$3.75
1	Cuchara	\$3.75	\$3.75
1	Cucharon spaqueti	\$3.35	\$3.35
1	Rallador grande	\$4.25	\$4.25
12	Jarras noble cristal	\$2.00	\$24.00
60	Vasos herradura	\$0.70	\$42.00
1	Licuada umco	\$38.00	\$38.00
60	Plato opal grande	\$2.75	\$165.00
12	Cuenco opal #5	\$1.15	\$138.00
12	Cuenco opal #7.5	\$1.90	\$22.80
60	Plato tendido opal mediano	\$2.00	\$120.00
10	Salero cristal	\$0.95	\$9.50
60	Copas champange	\$1.10	\$66.00
2	Tabla picar gigante	\$5.90	\$11.80
2	Cuchillo mediano tramontina	\$2.35	\$4.70
2	Cuchillo grande tramontina	\$2.90	\$5.80
1	Tacho capo cuadrado	\$38.50	\$38.50
4	Sillas ratán	\$15.00	\$60.00
		SUBTOTAL	\$872.20
		IVA 12%	\$104.66
		TOTAL	\$976.86

## Anexo 5

### Fotografías de Investigación de Campo



Realizando la encuesta



Entrevista a administrador de empresa de catering





Cotización de activos fijos



Cotización de activos fijos

**Anexo 6****Uniformes****Chaqueta chef****Gorro chef**

**Camiseta operarios****Terno personal de apoyo****Servilletas**

## Anexo 7

## Costo Materia Prima

<b>Cálculo de Materia Prima</b>				
Plato 1				
<b>Porción</b>	50 personas			
<b>Entrada:</b>	Crepes de camarón al ajillo			
<b>Materia prima</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unit</b>	<b>Valor total</b>
Huevos	unidad	20	0,08	1,60
Leche	litro	1	0,80	0,80
Harina	kg	2	1,60	3,20
Camarón	libra	5	3,00	15,00
Crema de leche	litro	0,25	3,00	0,75
Ajo	unidades	15	0,02	0,30
Sal y especias				1,00
<b>Total</b>				<b>22,65</b>
<b>Fuerte:</b>	Cordon bleu			
<b>Materia prima</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unit</b>	<b>Valor total</b>
Milanesa de pollo	unidades	50	0,4	20,00
Rebanadas de jamón	unidades	50	0,07	3,50
Rebanadas de queso	unidades	50	0,1	5,00
Huevos	unidades	10	0,08	0,80
Apanadura	libra	1,5	1,25	1,88
Aceite	litro	1,5	1,25	1,88
Sal y especias				1,00
<b>Total</b>				<b>34,05</b>
<b>Guarniciones</b>				
<b>Materia prima</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unit</b>	<b>Valor total</b>
Arroz	libra	5	0,5	2,50
Pimientos	unidades	5	0,05	0,25
Papita Blanca	funda	5	0,79	3,95
Lechuga	unidades	5	0,6	3,00
Tomate cherry	bandeja	5	1,25	6,25
Rebanadas de jamón	unidades	15	0,07	1,05
Choclo dulce	libra	2	1	2,00
Manzana	unidades	5	0,2	1,00
Mayonesa	tarro	2	1,25	2,50
Especias				1,00
<b>Total</b>				<b>23,5</b>
<b>Bebida:</b>	Gaseosa			

<b>Materia prima</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unit</b>	<b>Valor total</b>
Gaseosa	litro	13	0,8	10,40
<b>Total</b>				<b>10,40</b>
<b>Postre:</b>	Mouse de maracuyá			
<b>Materia prima</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unit</b>	<b>Valor total</b>
Maracuyá	unidades	25	0,05	1,25
Azúcar	libra	5	0,3	1,50
Leche en polvo	libra	2	1,25	2,50
Crema de leche	litro	1	3	3,00
Grenetina	sobres	5	0,15	0,75
Galletas María	paquete	2	1,15	2,30
Mantequilla	sobre	1	0,15	0,15
<b>TOTAL</b>				<b>11,45</b>
<b>TOTAL MENÚ</b>				<b>102,05</b>
<b>Costo por menú</b>				<b>2,04</b>

<b>Cálculo de Materia Prima</b>				
Plato 2				
<b>Porción</b>	50 personas			
<b>Entrada:</b>	Rollo de jamón con pollo			
<b>Materia prima</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unit</b>	<b>Valor total</b>
Rebanadas de jamón	unidad	50	0,07	3,50
Pechuga de pollo	Libra	3	1,20	3,60
Pepinillo	unidades	4	0,15	0,60
Cebolla	unidades	4	0,10	0,40
Mayonesa	Tarro	1	1,25	1,25
Sal y especias				1,00
<b>Total</b>				<b>10,35</b>
<b>Fuerte:</b>	Filet mignon con salsa de champiñones			
<b>Materia prima</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unit</b>	<b>Valor total</b>
Filet mignon	unidades	50	0,5	25,00
Crema de leche	Litro	1	3	3,00
Champiñones	bandeja	10	1,6	16,00
Cebolla	unidades	10	0,15	1,50
Ajo	Libra	10	0,03	0,30
Aceite	Litro	0,5	1,25	0,63
Sal y especias				2,00
<b>Total</b>				<b>48,43</b>
<b>Guarniciones</b>				
<b>Materia prima</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unit</b>	<b>Valor total</b>
Arroz	Libra	5	0,5	2,50
Curry	gramos	25	0,02	0,50
Papita	funda	5	0,79	3,95
Perejil	atado	1	0,1	0,10
Brócoli	unidades	8	0,25	2,00
Col	unidades	3	0,8	2,40
Piña	unidades	2	0,5	1,00
Choclo dulce	Libra	2	1	2,00
Pasas	Libra	0,5	2	1,00
Mayonesa	Tarro	1	1,25	1,25
Especias				1,00
<b>Total</b>				<b>17,7</b>
<b>Bebida:</b>	Gaseosa			
<b>Materia prima</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unit</b>	<b>Valor total</b>
Gaseosa	Litro	13	0,8	10,40

<b>Total</b>				<b>10,40</b>
<b>Postre:</b>	Torta de zanahoria y nueces con helado de vainilla			
<b>Materia prima</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unit</b>	<b>Valor total</b>
Nueces	unidades	10	0,1	1
Zanahoria	unidades	12	0,04	0,48
Harina	Kilo	1	1,6	1,60
Polvo de hornear	sobre	2	0,2	0,40
Aceite	Litro	1	1,25	1,25
Huevos	unidades	18	0,08	1,44
Azúcar	Libra	1	0,3	0,30
Esencia de vainilla	ml	15	0,01	0,15
Crema chantilly	sobre	1	0,96	0,96
Leche	litro	0,5	0,8	0,40
Helado	litro	2	2,3	4,60
Mantequilla	sobre	1	0,15	0,15
<b>TOTAL</b>				<b>12,73</b>
<b>TOTAL MENÚ</b>				<b>99,61</b>
<b>Costo por menú</b>				<b>1,99</b>

<b>Cálculo de Materia Prima</b>				
Plato 3				
<b>Porción</b>	50 personas			
<b>Entrada:</b>	Papa rellena de pollo			
<b>Materia prima</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unit</b>	<b>Valor total</b>
Papa	libra	2	0,40	0,80
Pechuga de pollo	libra	3	1,40	4,20
Perejil	atado	1	0,15	0,15
Cebolla	unidades	4	0,10	0,40
Crema de leche	litro	1	3,00	3,00
Queso mozzarella	kilo	1	3,00	3,00
Sal y especias				1,00
<b>Total</b>				<b>12,55</b>
<b>Fuerte:</b>	Medallón de pollo con salsa de almendras			
<b>Materia prima</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unit</b>	<b>Valor total</b>
Pechuga de pollo	libra	20	1,40	28,00
Crema de leche	litro	1	3,00	3,00
Polvo de almendras	libra	1	2,00	2,00
Cebolla	unidades	10	0,15	1,50
Ajo	unidades	10	0,03	0,30
Aceite	litro	0,5	1,25	0,63
Sal y especias				2,00
<b>Total</b>				<b>37,43</b>
<b>Guarniciones</b>				
<b>Materia prima</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unit</b>	<b>Valor total</b>
Arroz	libra	5	0,5	2,50
Acelga	unidades	10	0,05	0,50
Papita	funda	5	0,79	3,95
Perejil	atado	1	0,25	0,25
Arveja	libra	4	1	4,00
Zanahoria	unidades	8	0,04	0,32
Piña	unidades	1	0,5	0,50
Choclo dulce	libra	2	1	2,00
Lechuga	unidades	5	0,6	3,00
Mayonesa	tarro	1	1,25	1,25
Rebanadas de jamón	unidades	15	0,07	1,05
Especias				1,00
<b>Total</b>				<b>20,32</b>
<b>Bebida:</b>	Gaseosa			
<b>Materia prima</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unit</b>	<b>Valor total</b>
Gaseosa	litro	13	0,8	10,40



<b>Total</b>				<b>10,40</b>
<b>Postre:</b>	Mouse de café			
<b>Materia prima</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unit</b>	<b>Valor total</b>
Crema de leche	litro	3	3	9,00
Azúcar	libra	6	0,3	1,80
Leche en polvo	libra	3	1,25	3,75
Café instantáneo	sobre	1	0,25	0,25
Chispas de chocolate	libra	2	1,25	2,50
<b>TOTAL</b>				<b>17,30</b>
<b>TOTAL MENÚ</b>				<b>98,00</b>
<b>Costo por menú</b>				<b>1,96</b>

## Anexo 8

### Tarjetas de presentación



Anverso



Reverso



Reverso