



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE POSGRADO
MAESTRÍA EN NUTRICIÓN Y DIETÉTICA**

TEMA:

Demanda y propuesta de servicios de alimentación (catering) en las entidades públicas
de la ciudad de Tulcán periodo 2020 – 2021

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
MAGÍSTER EN NUTRICIÓN Y DIETÉTICA**

Autor: José Pablo Lima Lima

Director: PhD. Bella Romelia Goyes Huilca

Asesora: M. Sc. Claudia Amparo Velásquez Calderón

Ibarra – Ecuador 2025



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
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:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	0401342795		
APELLIDOS Y NOMBRES:	José Pablo Lima Lima		
DIRECCIÓN:	Carchi-Tulcán. Rafael Arellano y Boyacá.		
EMAIL:	liampoal19@gmail.com		
TELÉFONO FIJO:	062-601-369	TELÉFONO MÓVIL:	0985316376

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	Demanda y propuesta de servicios de alimentación (catering) en las entidades públicas de la ciudad de Tulcán periodo 2020 – 2021
AUTOR:	José Pablo Lima Lima
FECHA:	09/04/2025
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA DE POSGRADO:	Nutrición y Dietética
TITULO POR EL QUE OPTA:	Magíster en Nutrición y Dietética
TUTOR:	PhD. Bella Romelia Goyes Huilca
ASESOR:	Msc. Claudia Amparo Velásquez Calderón

2. CONSTANCIA DEL AUTOR

El autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, 9 de abril 2025



Firmado electrónicamente por:
JOSE PABLO LIMA
LIMA

Lic. José Pablo Lima Lima
C.I. 04013427595
AUTOR

CONSTANCIA DEL TUTOR

En calidad de director de la tesis de grado titulada **Demanda y propuesta de servicios de alimentación (catering) en las entidades públicas de la ciudad de Tulcán periodo 2020 – 2021** de autoría de **José Pablo Lima Lima** para obtener el Título de Magister en Nutrición y Dietética, doy fe que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a presentación y evaluación por parte del jurado examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a 9 de abril 2025

Lo certifico:



PhD. Bella Romelia Goyes Huilca

C.I: 0601279672

DIRECTORA DE TESIS

CONSTANCIA Y APROBACION

Ibarra, 9 de abril de 2025

Dra. Lucía Yépez

DIRECTORA

INSTITUTO DE POSTGRADO

ASUNTO: Conformidad con el documento final

Señora decana:

Nos permitimos informar a usted que revisado el trabajo final de Grado **Demanda y propuesta de servicios de alimentación (catering) en las entidades públicas de la ciudad de Tulcán periodo 2020 – 2021** del maestrante **José Pablo Lima Lima**, de la Maestría de Nutrición y Dietética, certificamos que han sido acogidas y satisfechas todas las observaciones realizadas.

Atentamente,

Apellidos y Nombres		Firma
Tutor/a	PhD. Bella Romelia Goyes Huilca	 Firmado electrónicamente por: BELLA ROMELIA GOYES HUILCA
Asesor/a	Msc. Claudia Amparo Velásquez Calderón	 Firmado electrónicamente por: CLAUDIA AMPARO VELASQUEZ CALDERON

DEDICATORIA

A Dios por brindarme paciencia y sabiduría de aceptar los tiempos en los que he pasado durante esta etapa de mi vida en la cual he conocido personas importantes quienes han contribuido a reforzar mis valores humanos y profesionales. A mis Padres Gloria y Polibio, por ser la sombra que reconforta y el techo que da abrigo en cada jornada de mis días y a quienes ofrezco mis logros después de los traspies en esta vida. A mis pacientes de quienes he obtenido la inspiración diaria para poder servir mejor. Porque, que sería de este mundo si no viviéramos para servir.

José Pablo Lima Lima

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Universidad Técnica del Norte, institución que se caracteriza por la excelencia de sus docentes y que periódicamente oferta programas para la formación de nuevos profesionales con elevados estándares de calidad y calidez, humana y profesional. Por segunda ocasión tuve la oportunidad de volver a esta casona universitaria para seguir los estudios de tercer nivel de formación y obtener el título de Magister y Nutrición y Dietética, el cual, me otorga las competencias para aportar a la sociedad en el ámbito de esta especialidad dentro de las Ciencias de la Salud.

De forma especial a la PhD. Bella Romelia Goyes Huilca y M. Sc. Claudia Amparo Velásquez Calderón, quienes fueron un aporte fundamental en el desarrollo de este trabajo de investigación y les agradezco con mucha admiración y cariño.

José Pablo Lima Lima

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN	ii
ÍNDICE DE CONTENIDO	vii
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xi
RESUMEN	xii
ABSTRACT.....	xiii
CAPÍTULO I	1
PROBLEMA.....	1
1.1. Planteamiento del problema	1
1.2. Antecedentes	3
1.3. Objetivos	5
1.1.1. Objetivo general.....	5
1.1.2. Objetivos específicos	5
1.4. Justificación.....	5
CAPÍTULO II.....	8
MARCO REFERENCIAL	8
2.1. Marco teórico	8
2.1.1. Catering.....	8
2.1.2. Tipos de Catering	8
2.1.3. Áreas del Departamento de Catering	9
2.1.4. Estudio de Mercado	10
2.1.5. Segmentación de Mercado.....	11
2.1.6. Oferta	11
2.1.7. Demanda	12
2.1.8. Cliente	12
2.1.9. Calidad en el servicio.....	13
2.1.10. Estudio Técnico	13
2.1.11. Tamaño del Proyecto	14
2.1.12. Capacidad instalada	14

2.1.13.	Localización	15
2.1.14.	Macro localización	15
2.1.15.	Micro localización.....	16
2.1.16.	Estudio Financiero	17
2.1.17.	Ingresos	17
2.1.18.	Gastos.....	18
2.1.19.	Costos.....	18
2.1.20.	Punto de equilibrio	19
2.1.21.	Estudio de situación Financiera	19
2.1.22.	Estado de resultados.....	20
2.1.23.	Flujo de efectivo	21
2.1.24.	Valor Actual Neto (VAN).....	21
2.1.25.	Tasa Interna de Retorno (TIR).....	22
2.1.26.	Periodo de recuperación.....	22
2.2.	Marco legal.....	23
2.2.1.	Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas	23
CAPÍTULO III.....		25
MARCO METODOLÓGICO		25
3.1.	Descripción del área de estudio	26
3.2.	Enfoque y tipo de investigación.....	26
3.2.1.	Investigación de Campo.....	27
3.2.2.	Procedimiento de investigación	27
3.3.	Técnicas e instrumentos de investigación	29
3.3.1.	Cuestionario	29
3.3.2.	Población.....	30
3.4.	Consideraciones bioéticas	30
CAPÍTULO IV.....		32
RESULTADOS Y DISCUSIÓN		32
4.1.	Situación inicial: Características sociodemográficas	32
4.2.	Resultados del cuestionario.....	33
4.2.1.	Análisis de la demanda de los servicios de alimentación (catering)	33
4.2.2.	Análisis de la oferta de alimentación	35
4.2.3.	Análisis para realizar un diseño para la creación de una empresa de servicios de alimentación.....	36

4.3. Discusión.....	37
CAPÍTULO V.....	40
PROPUESTA.....	40
5.1. Título de la propuesta.....	40
5.2. Antecedentes de la propuesta.....	40
5.3. Objetivos.....	41
5.3.1. Objetivo general.....	41
5.3.2. Objetivos específicos.....	41
5.4. Presentación del diseño de la empresa de servicios de alimentación tipo catering	42
5.4.1. Introducción.....	42
5.4.2. Estudio Técnico.....	42
5.4.3. Estudio Financiero.....	44
5.4.4. Estudio Administrativo.....	49
5.4.5. Oferta de menús.....	51
CAPÍTULO VI.....	53
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	53
6.1. Conclusiones.....	53
6.2. Recomendaciones.....	54
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	55
ANEXOS.....	62
Anexo 1.....	62
Cuestionario aplicado a funcionarios de las instituciones del sector público.....	62

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Caracterización Sociodemográfica.....	28
Tabla 2 Características sociodemográficas	32
Tabla 3 Demanda de los servicios de alimentación (catering) en las instituciones públicas de la ciudad de Tulcán.....	33
Tabla 4 Oferta de alimentación en el entorno a las entidades públicas de la ciudad de Tulcán	35
Tabla 5 Análisis de la creación de una empresa de catering en la ciudad de Tulcán.....	36
Tabla 6 Cálculo de inversiones	44
Tabla 7 Capital de operación	46
Tabla 8 Ingresos proyectados.....	47
Tabla 9 Determinación del precio.....	48
Tabla 10 Estado de pérdidas y ganancias proyectadas.....	48

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Áreas del servicio de catering.....	9
Figura 2 Ubicación Parque Ayora de la ciudad de Tulcán	26
Figura 3 Ubicación geográfica de la empresa.....	42
Figura 4 Proceso de producción.....	43
Figura 5 Logotipo	49
Figura 6 Filosofía empresarial Bon Appetit Tulcaneco.....	50
Figura 7 Estructura Organizacional Bon Appetit Tulcaneco.....	51
Figura 8 Menú 1 - Bon Appetit Tulcaneco.....	52
Figura 9 Menú 2 - Bon Appetit Tulcaneco.....	52

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE POSGRADO
PROGRAMA DE MAESTRÍA EN NUTRICIÓN Y DIETÉTICA

Demanda y propuesta de servicios de alimentación (catering) en las entidades públicas
de la ciudad de Tulcán periodo 2020 – 2021

Autor: José Pablo Lima Lima

Tutor: PhD. Bella Romelia Goyes Huilca

Año: 2025

RESUMEN

La alimentación es una necesidad básica del ser humano y requisito fundamental para su salud, por lo que, los alimentos deben contar con los nutrimentos necesarios para prevenir ciertos desórdenes como: desnutrición, malnutrición, sobrepeso, obesidad y enfermedades no transmisibles (ENT), condiciones que son tratadas de forma global desde los organismos internacionales de salud y articulados a políticas y lineamientos en territorio, con la finalidad de mejorar las condiciones de vida de la población. El objetivo general del estudio fue analizar la demanda y proponer un servicio de alimentación (Catering) en las instituciones públicas de la ciudad de Tulcán periodo 2020-2021. Es una investigación cuantitativa, de campo y corte descriptivo, en la que con aplicación de un cuestionario estructurado se investigó a los servidores de las instituciones concentradas en el entorno del Parque Ayora de la ciudad de Tulcán: el Gobierno Autónomo Descentralizado de la ciudad de Tulcán (GAD Municipal de Tulcán), Gobierno Provincial del Carchi, Dirección Provincial de Salud, Dirección Provincial del IESS, Dirección Provincial de Educación y Gobernación del Carchi, para conocer la disponibilidad de empresas de catering. Los hallazgos señalan que estos servicios sólo se ofertan para eventos y fiestas privadas o institucionales particulares y no brindan un menú personalizado de comida a diario, y mucho menos con alto contenido nutritivo, convirtiéndose esta en una demanda insatisfecha, por tanto, una oportunidad para crear un servicio de catering de alta calidad que es la conclusión a la que finalmente llega el estudio.

Palabras clave: Servicio de Alimentación, Catering, Menú, Comida, Oferta.

ABSTRACT

Food is a basic human need and a fundamental requirement for health, therefore, food must have the necessary nutrients to prevent certain disorders such as malnutrition, malnutrition, overweight, obesity and non-communicable diseases (NCDs), conditions that are treated globally from international health organizations and articulated to policies and guidelines in the territory, in order to improve the living conditions of the population. The general objective of the study was to analyze the demand and propose a food service (Catering) in the public institutions of the city of Tulcán period 2020-2021. It is a quantitative, field and descriptive research, in which with the application of a structured questionnaire we investigated the servers of the institutions concentrated in the surroundings of the Ayora Park of the city of Tulcán: the Decentralized Autonomous Government of the city of Tulcán (GAD Municipal de Tulcán), Provincial Government of Carchi, Provincial Health Directorate, Provincial Directorate of IESS, Provincial Directorate of Education and Governorate of Carchi, to know the availability of catering companies. The findings indicate that these services are only offered for events and private or institutional parties and do not provide a personalized menu of food on a daily basis, much less with high nutritional content, making this an unsatisfied demand, therefore, an opportunity to create a high quality catering service, which is the conclusion finally reached by the study.

Key Words: *Food Service, Catering, Menu, Food, Offer.*

CAPÍTULO I

PROBLEMA

1.1. Planteamiento del problema

El mundo en la actualidad está evidenciando cambios importantes en la alimentación de las personas, y algunos de ellos, han sido negativos para la salud de la población en general, por lo que el ser humano ha empezado a preocuparse y tomar conciencia sobre el cuidado propio y del entorno, sobre todo, en lo concerniente a la alimentación conveniente en cada etapa de la vida y prevenir daños irreversibles en la salud. En este contexto, Quevedo (2019) indica “la alimentación humana es un fenómeno complejo que no solo afecta el aspecto biológico del ser humano, también se fundamenta sobre determinantes culturales y sociales, que configuran un escenario de valoraciones, significados y relaciones sociales” (p.221).

Desde esta perspectiva, es necesario indicar que históricamente la nutrición ha sido considerada como un determinante de la salud de la población por las consecuencias negativas que conlleva la malnutrición, que engloba carencias, excesos, y desequilibrios en la ingesta calórica y nutrimental de una persona, que de mantenerse, conlleva a un peso insuficiente respecto de la talla, a trastornos por déficit de vitaminas o minerales, sobrepeso, obesidad, y enfermedades no transmisibles relacionadas con la alimentación como las cardiopatías, la diabetes y algunos cánceres (Organización Mundial de la Salud – OMS, 2021, p. 1). Por lo expuesto, el déficit y el exceso de alimentación en todos los grupos de edad van a desencadenar enfermedades crónicas no transmisibles, poniendo en una situación de alto riesgo la salud del individuo.

Partiendo de esta premisa, la realidad de Ecuador en relación con la alimentación y nutrición es similar al panorama mundial, pues las últimas décadas están enmarcadas por una transición epidemiológica y nutricional que ha dado como resultado el continuo incremento del sobrepeso y la obesidad en todos los grupos de edad, así como la preexistencia de prevalencias medias y altas de déficit de micronutrientes, las que con seguridad inciden en la reducción de la productividad, frena el crecimiento económico de un país e incrementa los gastos sanitarios que comprometen muchos millones de dólares al año.

La Encuesta Nacional de Salud y Nutrición (ENSANUT-2018) reporta “en Ecuador 27% de niños menores de 2 años sufre desnutrición crónica. La situación es más grave para la niñez indígena: 39% la padece” (p.1). De igual manera, “la desnutrición crónica es uno de los mayores problemas de salud pública en Ecuador, es el segundo país de América Latina y el Caribe con mayores índices después de Guatemala”. se estima que los costos de la malnutrición representan un 4,3% del PIB en términos de costos de salud, educación, cuidado y pérdida de productividad. (Fernández et al, 2017, p. 12).

Es conocido que una de las necesidades básicas del ser humano para su sobrevivencia es la alimentación, de la cual dependerá su rendimiento y capacidad de desenvolvimiento en la sociedad para contribuir con el desarrollo del país. Para atender esta necesidad, existe en el mercado la oferta de diversos tipos de servicios de alimentación colectiva, cuyo propósito primario es beneficiarse económicamente del negocio de la alimentación, más no resguardar los requerimientos nutrimentales de los consumidores en los diferentes horarios de alimentación.

Una comida pensada únicamente como un bien comercial repercute en una mayor incidencia de morbilidad y se convierte en factor de riesgo de enfermedades crónicas no transmisibles (ENT), debido a que, no se trata simplemente de consumir alimentos si no que la dieta debe cumplir indicadores de calidad nutritiva, saludable y sanitaria. Entre los atributos de una alimentación conveniente a más del tipo y variedad de los alimentos, en su planificación influyen los métodos y técnicas de selección, manipulación, preparación y cocción, así como cumplir con las exigencias de inocuidad.

En cuanto a la disposición de alimentación saludable acorde a los requerimientos de la población del cantón Tulcán en la provincia del Carchi, se ha identificado que no hay la suficiente oferta de este tipo de servicio, siendo necesario la creación de un establecimiento que ofrezca menús variados, equilibrados en su contenido energético y nutrimental y que garanticen un servicio rápido, sobre todo para los empleados de las instituciones públicas del medio, quienes por su función, limitada actividad física e insuficiente tiempo para alimentarse, requieren de un servicio de alimentación eficiente.

Una vez señalada de modo general la problemática, la exploración a profundidad sobre la oferta y demanda de un servicio de alimentación en la ciudad de Tulcán, contribuirá a establecer algunas variables de satisfacción o insatisfacción de los usuarios en torno a la alimentación actual brindada por los proveedores externos.

1.2. Antecedentes

Para realizar este estudio fue necesario analizar un conjunto de investigaciones recientes a fin de establecer un marco de referencias que permita determinar de qué manera ha sido abordada la problemática sobre los servicios de catering en las instituciones y cómo influyen en la alimentación de los empleados con la finalidad de realizar una relación con los objetivos trazados, metodología, instrumentos aplicados y conclusiones a que se llegaron.

En el trabajo investigativo “COVID-19 e inocuidad de los alimentos: orientaciones para las empresas alimentarias” publicado por la Organización Mundial de la Salud (OMS), se concluyó que las empresas alimentarias deben aplicar sistemas de gestión de la inocuidad de los alimentos que sigan los principios del análisis de peligros en puntos críticos de control con el fin de gestionar los riesgos que puedan afectar a la inocuidad de los alimentos y de evitar que se contaminen. Estos sistemas de gestión de los alimentos se basan en programas de requisitos previos que abarcan las prácticas de higiene correctas; la limpieza y el saneamiento; la delimitación de las zonas de elaboración de alimentos; el control de los proveedores; el almacenamiento, la distribución y el transporte, la higiene personal y la aptitud para el trabajo; es decir, el conjunto de condiciones y actividades básicas necesarias para mantener la higiene en los lugares donde se elaboran productos alimenticios. (OMS, 2020).

En la investigación “Plan de negocios de catering “Entre Dulce & Salado”, para recuperar el consumo de la comida tradicional peruana - Bellavista, Callao, se evaluó la aceptabilidad del consumo de comida tradicional peruana a través del servicio de catering “Entre Dulce & Salado” como alternativa de alimentación en el distrito de Bellavista, Callao. El catering busca ofrecer un servicio integral de comida criolla peruana para eventos, dirigido tanto a empresas como a personas naturales. Los

resultados mostraron un alto nivel de aceptación, destacando la importancia de personalizar el servicio y recuperar sabores tradicionales para satisfacer plenamente al cliente (Rotondo, 2021).

Otro estudio y propuesta sobre el “Diseño de un Plan de Negocios para la creación de una empresa de Catering de Eventos Sociales en el Cantón Cayambe”, se enfocó en establecer el diagnóstico situacional, el análisis de la oferta y la demanda del catering de eventos sociales en el cantón Cayambe, además se especificó la estructura organizacional, el estudio técnico, el estudio financiero al igual, se investigó el ámbito legal para el proyecto, debido a que se refleja la falta de un catering de eventos sociales adecuado para los diferentes motivos de celebración. El objetivo general fue diseñar un plan de negocio para la creación de una empresa de catering de eventos sociales en el cantón Cayambe, por ello la investigación se apoyó en las teorías de Gaytán, (2020) y Acuña, (2018) relacionado con el desarrollo de un plan de negocios. Como resultado de la investigación se concluye que el plan de negocios tomando en cuenta los aspectos: administrativo, comercial, técnico y financiero, involucrados para la creación de un catering de eventos sociales, donde se demuestra que la empresa tiene una aceptación y viabilidad en el mercado. (Alba, 2022).

De manera similar, en el trabajo “Gestión administrativa en las empresas de servicios de catering del cantón Portoviejo, Manabí, Ecuador” se analizó la gestión administrativa en empresas de catering del cantón Portoviejo, destacando su impacto en el cumplimiento de objetivos organizacionales y en el desarrollo socioeconómico local. Los resultados indicaron un alto nivel de acuerdo con la eficiencia de la gestión administrativa en estas empresas, resaltando la prioridad otorgada al factor humano como elemento clave para alcanzar las metas organizacionales. La capacidad, talento y compromiso del personal contribuyen significativamente al desarrollo y éxito empresarial, fortaleciendo tanto el sector como la economía regional y nacional (Chinga & Gómez 2023).

De acuerdo a investigaciones y estudios similares que abordan esta problemática en otras poblaciones dentro del contexto geográfico de la Zona 1 y de Ecuador, más los datos obtenidos en este estudio sirvieron de línea base para profundizar en el análisis de

oferta y demanda de servicios de alimentación que específicamente cubran las exigencias de calidad en beneficio de precautelar un buen estado nutricional de los comensales.

En el área de estudio se ha notado una falta de oferta de servicios de alimentación frente a una demanda ciudadana muy amplia, sobre todo porque se requiere que los menús ofrecidos en los distintos tiempos de comida reúnan los principios de una dieta saludable como; ser completa, equilibrada, suficiente y adecuada.

1.3. Objetivos

1.1.1. Objetivo general

Analizar la demanda y proponer un servicio de alimentación (Catering) en las instituciones públicas de la ciudad de Tulcán periodo 2020-2021.

1.1.2. Objetivos específicos

- Caracterizar los aspectos sociodemográficos de la población demandante del servicio de alimentación (Catering) de las instituciones públicas de la ciudad de Tulcán
- Identificar la demanda de los servicios de alimentación (Catering) en las instituciones públicas de la ciudad de Tulcán
- Establecer la oferta de alimentación en el entorno a las entidades públicas de la ciudad de Tulcán
- Proponer un Diseño para la creación de servicios de alimentación en las instituciones públicas o privadas de la ciudad de Tulcán

1.4. Justificación

Los beneficiarios directos al ejecutarse el proyecto serian sobre todo los funcionarios de las instituciones públicas de la ciudad de Tulcán al contar con la oferta

de comida saludable y cerca de su entorno laboral, que cumpla patrones de calidad nutricional, organoléptica, higiénica, cultural y, costos accesibles.

En cuanto a la propuesta de esta investigación, su aporte frente a las altas prevalencias de problemas de sobrepeso, obesidad y malnutrición por carencia de ciertas vitaminas y minerales, un servicio de alimentación saludable (Catering) que atienda la demanda de alimentación de los servidores públicos contribuirá a mejorar un problema nutricional colectivo e individual de un modo práctico. Al incidir en los indicadores de salud pública, indirectamente se aportaría a la agenda de Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) propuestos a nivel global por la Organización de las Naciones Unidas desde el 2015 al 2030.

De acuerdo con lo publicado por la OMS (2019) “Las enfermedades no transmisibles, como la diabetes, el cáncer y las cardiopatías, son colectivamente responsables de más del 70% de todas las muertes en el mundo y entre los principales factores de riesgo consta las dietas poco saludables” (p.1).

Según estadísticas hasta el 2022, entre las cuatro principales ENT se encuentran “las enfermedades cardiovasculares (17,9 millones de muertes), el cáncer (9,3 millones de muertes), ... y la diabetes (2,0 millones de muertes); situación de salud que exige a los gobiernos y a la población en general, aumentar las iniciativas locales con el fin de disminuir o controlar la influencia de los factores de riesgo asociados a ENT, y sobre este estudio, con particular énfasis sería la disposición de servicios de alimentación (catering) que oferten al comensal una dieta balanceada, nutritiva y a precios accesibles (OMS, 2023).

En los últimos años, la industria alimenticia y las empresas proveedoras de comida o platos preparados se han expandido notoriamente, producto de las estrategias de inversiones que se han generado y la búsqueda de atención a la creciente demanda de alimentos exigida por una población mundial en expansión, y en lo particular, de la población de funcionarios de las instituciones públicas de la ciudad de Tulcán-Ecuador.

Los comensales en la actualidad, buscan opciones y ofertas variadas fundamentadas en la calidad del servicio, pero sobre todo en la calidad nutrimental de las comidas con el afán de cumplir con los requisitos nutricionales establecidos para las personas de acuerdo con sus demandas fisiológicas, laborables y sociales. Sin embargo, la industrialización de alimentos y los negocios de comida no se adhieren a estas necesidades y continúan produciendo provisiones que son fuente significativa de calorías innecesarias y escaso aporte nutrimental, que a más de convertirse en factores de riesgo de sobrepeso y obesidad inciden también en la adopción de hábitos de alimentación poco saludables.

En este trabajo investigativo se busca analizar y proponer la creación de un servicio de alimentación (Catering) en las entidades públicas de la ciudad de Tulcán, ya que no existen factores que indiquen que este proyecto se encuentra saturado en el mercado. Con lo cual, se piensa fomentar un estado óptimo de nutrición de los funcionarios que accedan a este servicio durante su jornada laboral. Además, generar una conciencia positiva en favor de una alimentación saludable a nivel personal y familiar, abordándola de manera adecuada e integral, y con enfoque territorial y de pertinencia cultural, para contribuir de esta manera a la reducción de los altos índices nacionales de problemas de malnutrición por déficit o exceso.

Al ser las empresas de catering las encargadas de planificar, producir y distribuir comida nutritiva e inocua para el ámbito hospitalario o empresarial de manera interna o externa y satisfacer la demanda de sus potenciales clientes, deben al mismo tiempo aportar en la gestión empresarial, producción, productividad, innovación y desarrollo socioeconómico de una sociedad, tal como proponen las líneas de acción e investigación de la Universidad Técnica del Norte, institución que avala este trabajo bajo la óptica de un profesional nutricionista y conocedor de la realidad local.

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1. Marco teórico

2.1.1. Catering

Se le denomina catering al servicio de comida prestada a clientes que figuran con la denominación de su razón social, es decir que sus clientes son empresas, instituciones que contratan el servicio de abastecimiento de alimentos para los trabajadores ya sean estos de alimentación diaria o en ocasiones especiales. Las corporaciones utilizan los catering para eventos como bufetes de comida fría, en días festivos, picnics, galas entre otros (Melo, 2011, p.5).

Vicent (2015) indica que el término catering fue utilizado originalmente por los marinos mercantes, y fueron “los primeros en contratar a funcionarios de catering para sus buques, quienes eran responsables de comprar productos, preparar alimentos y servir las comidas y bebidas a las personas de los buques” (p.5).

Los servicios de catering representan una gran solución ante la falta de tiempo y la necesidad de seguridad y confianza en la alimentación de la fuerza laboral de las empresas, pues facilita el servicio en el lugar de trabajo y evita ajetreo en el desenvolvimiento diario de sus empleados (Castillo, 2016, p.70). De esta manera, los alimentos listos para el consumo, le llegarán al cliente al lugar acordado.

2.1.2. Tipos de Catering

Existen diversos tipos de catering de acuerdo con los lugares donde se concentran los comensales, así: aéreo para servicio en los aviones, para ferrocarriles, buques, industrias, puede ser afín a la restauración social y colectiva o puede atender una demanda temática; en todo caso, deben ser acordes al destinatario final al que se entregará la alimentación (Guambi y Melo (2015)). De modo similar, Urda (2016) se refiere a los Servicios de catering que ofrecen alimentación a colectividades como

empresas, residencias, colegios, medios de transporte, estaciones y para eventos sociales o catering *party* (p.5).

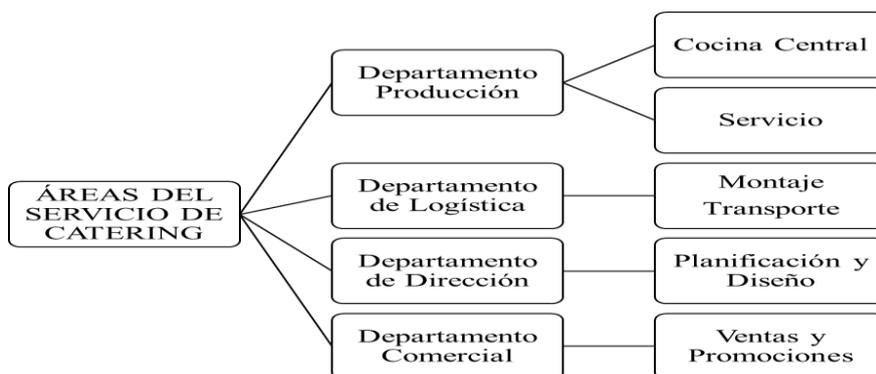
En consecuencia, existen diferentes tipos de catering de acuerdo a los servicios que ofrecen, como bufet, eventos sociales, servicios de alimentación diaria y los principales clientes pueden ser instituciones públicas, privadas, entidades educativas, medios de transporte, entre otros, que dependerán del sector en donde se ubique la empresa y a su vez la logística que emplee la empresa de catering para llegar los clientes potenciales.

2.1.3. Áreas del Departamento de Catering

Un servicio de catering debe tener al menos las cuatro áreas básicas: producción, logística, dirección y área comercial, a más de contar con departamentos que aborden tareas de transporte, almacenamiento, montaje de salón, contratación de servicios especiales o de personal temporal, entre otros (Alejandro y Ramos, 2018, p.8). De acuerdo a lo antes descrito se puede visualizar gráficamente de la siguiente forma:

Figura 1

Áreas del servicio de catering



Fuente: Alejandro y Ramos (2018)

Con base en la figura 1 donde se describen las áreas del servicio de catering, se identifica que cuenta con cuatro departamentos específicos los cuales permiten que la empresa trabaje de forma adecuada, es decir, en el Departamento de Producción está determinada directamente la cocina donde debe contar con las garantías y controles

necesarios para preparar los alimentos que van a ser entregados a los comensales, es ahí donde comienzan los servicios, pues en él se diseña, desarrolla y se elabora la oferta de los alimentos, transformando la materia prima en platos ya terminados.

El Departamento de Logística, es el responsable de proveer todos los recursos materiales, muebles, enseres, maquinaria y humanos con la finalidad de que el servicio de catering brinde las garantías necesarias a los clientes. El Departamento de dirección está considerada como el cerebro del servicio de catering donde se encarga de la recepción de los pedidos, en este sentido, indicar el menú, número de comensales, tipo de servicio, necesidades especiales, junto con la fecha de realización y el presupuesto, para que los clientes acepten el servicio y automáticamente garantizar que se proveerá a tiempo todo lo contratado Alejandro y Ramos (2018).

Finalmente, el Departamento Comercial es el administrador de todo lo que tiene que ver con promoción, presentación y dar a conocer a la empresa y sus productos, debe estar enfocada en aplicar las estrategias de marketing para captar y mantener a los clientes y de esta manera verificar si realmente se está cumpliendo con las expectativas de los comensales y de esta forma ir mejorando cada día.

2.1.4. Estudio de Mercado

Uribe (2015) indica: “Para realizar el estudio de mercado, se aplican herramientas como las encuestas, que buscan aclarar información indispensable para el proyecto; los métodos de regresión estadística como el de los mínimos cuadrados con tres variables, que permiten proyectar la demanda futura” (p.25), en este sentido, Kotler et al (2004) definen que el estudio de mercado es “reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización” (p.120).

De acuerdo a lo señalado por estos autores, el estudio de mercado es una investigación sistemática que se realiza para recopilar, analizar y entender información relevante sobre un mercado específico. Este proceso implica estudiar las condiciones de

los clientes, las tendencias, la competencia, los consumidores potenciales y otros factores que pueden afectar el éxito de un producto o servicio en ese mercado.

2.1.5. Segmentación de Mercado

La segmentación de mercado se define como el proceso de dividir el mercado total para un producto en particular, o una categoría de productos en segmentos o grupos relativamente homogéneos. Para ser eficaz, la segmentación debe crear grupos donde sus miembros tengan aficiones, gustos, necesidades, deseos o preferencias similares, pero donde los grupos mismos sean diferentes entre sí (Ferrer y Hartline, 2012, p.152). Para Kirberg (2016), es esencial llevar a cabo este procedimiento con el fin de "dividir un mercado en segmentos específicos de clientes que exhiben comportamientos o necesidades similares. Este objetivo se logra mediante la implementación de estrategias de marketing diferenciadas" (p. 65).

En este sentido, la segmentación de mercado es el proceso de dividir un mercado más amplio en fragmentos más pequeños y homogéneos, con características y necesidades afines. Es decir, se trata de identificar grupos de consumidores que comparten ciertas características o comportamientos que los hacen más propensos a responder de manera similar a estrategias de marketing específicas. Al segmentar un mercado, las empresas pueden adaptar sus productos, servicios y estrategias de marketing para satisfacer las necesidades particulares de cada sector, lo que puede aumentar la efectividad de sus esfuerzos y mejorar la satisfacción del cliente.

2.1.6. Oferta

Como describe Baca (2016), "la oferta tiene como objetivo evaluar las cantidades y condiciones en las cuales una economía puede y está dispuesta a ofrecer al mercado un bien o servicio" (p.56). De manera similar, Zárata et al. (2021) resumen concisamente que la oferta consiste en "la cantidad de bienes o servicios que el vendedor coloca a disposición para la venta" (p.35). Por lo tanto, la oferta se refiere a la disponibilidad de productos destinados a satisfacer al cliente, al mismo tiempo que establece un precio para generar ingresos para la empresa.

Por consiguiente, la oferta se refiere a la cantidad de bienes o servicios que los productores o vendedores están dispuestos a poner a disposición de los compradores para su adquisición en un determinado período de tiempo, es decir compra venta de productos. La oferta no solo implica la disponibilidad de productos, sino que también suele estar asociada con el precio al cual esos productos o servicios se ofrecen.

2.1.7. Demanda

Según la perspectiva de Zárate et al. (2021), “en el contexto de un análisis de mercado, es esencial comprender la demanda, porque se requiere conocer cuántos compradores están dispuestos a adquirir bienes o servicios y a qué precio” (p.45). En relación con este tema, Kotler & Keller (2012) señalan “la demanda se define como "los deseos de un producto específico respaldados por la capacidad de pago" (p. 9). Por ende, la finalidad primordial de la demanda es entender al consumidor, adquiriendo información sobre la cantidad y calidad del producto que el cliente está dispuesto a comprar, considerando tanto el precio como su presupuesto disponible.

De acuerdo a lo manifestado por los autores, la demanda se refiere a la cantidad de bienes o servicios que los consumidores están dispuestos a comprar a diferentes niveles de precio durante un ciclo de tiempo específico. Por lo tanto, es la relación entre el precio de un producto y la cantidad que los consumidores desean adquirir. La demanda está influenciada por diversos factores, como el precio del bien o servicio, los ingresos de los consumidores, los gustos y preferencias, los precios de bienes sustitutos o complementarios, y otros factores económicos y sociales.

2.1.8. Cliente

Kotler y Armstrong (2008) indican que “los clientes forman opiniones sobre el valor de las diversas ofertas del mercado y buscan aquellas que cumplen con sus expectativas, enfatizando que identificar sus necesidades y perfiles es esencial para asegurar la permanencia de una empresa" (p.10). Por otro lado, Aguirre (2021) define al cliente “como la persona que interactúa con una marca, servicio o producto y atraviesa

diversas etapas en relación con ellos; los clientes pueden ser clasificados como activos, realizando compras frecuentes, o inactivos, sin realizar transacciones" (p.5).

Desde esta perspectiva, cliente es una persona, entidad o empresa que adquiere productos o servicios de otro, ya sea a cambio de dinero u otro tipo de contraprestación. En el contexto comercial, un cliente es alguien que realiza una compra o transacción con un vendedor o proveedor. Considerando que, cliente no solo se limita a la relación de compra y venta, sino que también puede referirse a la interacción continua entre una persona o entidad y una marca, servicio o producto. Un cliente satisfecho puede convertirse en un cliente leal que regresa para realizar más compras en el futuro. Por lo tanto, es indispensable la comprensión de las necesidades, preferencias y experiencias de los clientes para las empresas, porque permite ofrecer productos o servicios que satisfagan las expectativas y fomentar relaciones a largo plazo.

2.1.9. Calidad en el servicio

Según Molina (2014) “la calidad del servicio se define como la capacidad de satisfacer las expectativas del cliente en cuanto a cuán efectivamente un servicio aborda sus necesidades” (p.5). De igual manera, se comprende que la calidad se forma en la percepción de los usuarios o consumidores, fundamentándose en la comprensión de las necesidades y superando las expectativas (Gaffar et al., 2018, p.15).

Es preciso destacar que la calidad en el servicio, asegurará en gran medida el éxito comercial de un negocio por lo tanto su sostenibilidad. Es un concepto que se centra en la experiencia del cliente y en cómo perciben la entrega y ejecución de un servicio, lo cual es fundamental para construir la satisfacción del cliente y fomentar su lealtad a largo plazo.

2.1.10. Estudio Técnico

El análisis técnico relacionado con la creación de una instalación productiva, como podría ser un servicio de alimentación, implica determinar el tamaño óptimo de la planta, elegir la ubicación más adecuada, llevar a cabo la ingeniería del proyecto y

realizar un análisis organizativo, administrativo y legal (Baca, 2016). De manera similar, Uribe (2015) determina “el estudio de ingeniería de un proyecto engloba la descripción técnica del producto, el impacto ambiental, la selección del proceso de producción, las instalaciones, la maquinaria, el equipo y los insumos a utilizar en la elaboración" (p. 48).

De acuerdo a las definiciones antes descritas, el estudio técnico en el contexto de la planificación de proyectos o negocios, implica una evaluación detallada de los aspectos técnicos y de ingeniería relacionados con la implementación de una idea o iniciativa. Este tipo de análisis se enfoca en aspectos prácticos y concretos que están vinculados directamente con la ejecución del proyecto, su localización y los parámetros necesarios para iniciar con la puesta en marcha de la idea de negocio.

2.1.11. Tamaño del Proyecto

El tamaño del proyecto está directamente relacionado a la capacidad de producción del bien o a la prestación del servicio en un tiempo determinado, donde se tiene que establecer la demanda, disponibilidad de las materias primas, la tecnología requerida, los equipos y el financiamiento necesario para poner en marcha la empresa. Según lo indicado por Araujo (2012) el tamaño de un proyecto “se puede definir por la capacidad física o real de la producción de bienes o servicios durante el periodo de duración del proyecto” (p. 73), en tanto que Aranday (2018) considera que la capacidad instalada se concibe como “la magnitud de producir un determinado volumen en la unidad de tiempo: hora, turno, día, mes o año. Es decir, se determina el tamaño óptimo de la planta, requiere conocer con mucha precisión los tiempos predeterminados” (p. 125).

2.1.12. Capacidad instalada

Peña (2009) lo describe como “la cantidad máxima de bienes o servicios que pueden obtenerse de las plantas y equipos de una empresa por unidad de tiempo, bajo condiciones tecnológicas dadas” (p.130). Según Aranday (2018) la capacidad instalada

“es la producción máxima de un artículo específico o una combinación de productos, que el sistema de trabajadores y máquinas puede generar, trabajando en forma íntegra” (p.128). La organización ponderada de los recursos facilita la comprensión de la capacidad de producción y posibilita obtener una perspectiva más precisa sobre la planificación del trabajo y la producción factible de solventar.

En este contexto, la capacidad instalada está relacionada con la eficiencia y el rendimiento máximo que una empresa puede alcanzar al utilizar la maquinaria, instalaciones, personal y otros recursos de manera óptima. Es importante destacar que dicha capacidad puede ser superior a la cantidad real que la empresa produce en un momento dado. Factores como la demanda del mercado, la eficiencia operativa y otros elementos pueden influir en la producción real en comparación con la capacidad instalada teórica.

2.1.13. Localización

Según señalan Kiñigo y Iosune (2010) “la selección del lugar para llevar a cabo un proyecto, también conocida como localización, implica considerar tanto el territorio como la población afectada, ya que esto influye en los recursos humanos, materiales y financieros necesarios” (p.29). Por otro lado, Uribe (2015) destaca “la importancia de analizar variables que ayuden a determinar la ubicación del proyecto, considerando criterios como la maximización de utilidades y la minimización de costos de producción y gastos operacionales” (p.55). En este sentido, la localización de un proyecto abarca dos aspectos generales: la macro localización y la micro localización.

De acuerdo con lo descrito, la localización de un proyecto se refiere a la elección estratégica del lugar donde se llevará a cabo. Es una decisión clave que implica analizar diversos factores para determinar el sitio más adecuado en términos geográficos, económicos y logísticos. La localización puede afectar significativamente el éxito y la eficiencia del proyecto.

2.1.14. Macro localización

La macro localización implica la elección de la región o territorio donde se establecerá el proyecto. Este proceso, mediante un análisis preliminar, tiene el propósito de reducir las opciones posibles al eliminar áreas geográficas que no cumplan con las condiciones requeridas por el proyecto (Chávez, 2010). En concordancia, Flores (2017) señala que, durante la fase de localización de la zona y selección del lugar específico para la instalación de la empresa o microempresa, es esencial "evaluar varias alternativas posibles que, una vez examinadas, faciliten la elección integral de la mayoría de factores considerados como los más relevantes e importantes" (p. 50). En resumen, la macro localización desempeña un papel crucial al minimizar costos y gastos para asegurar un rendimiento óptimo del proyecto.

En este contexto, la macro localización de un proyecto se refiere a la elección estratégica de la región o territorio más amplio donde se llevará a cabo. Es decir, implica decidir la ubicación general del proyecto en términos geográficos, considerando aspectos como el país, la provincia, el estado o cualquier otra división geográfica de gran escala. Al realizar un análisis preliminar, se pueden descartar aquellas regiones que no cumplan con las condiciones requeridas o que no sean adecuadas para los objetivos del proyecto.

2.1.15. Micro localización

En relación con la etapa de micro localización, según Luna (2016) corresponde a la "elección de una zona y, dentro de esta, la selección precisa del lugar donde se establecerá el proyecto. Se deben considerar las dimensiones y características técnicas del terreno, las construcciones físicas, inventario, equipos, maquinaria, herramientas e instalaciones" (p.142). Sobre el tema, Puga & Sumba (2022) enfatizan que es necesario "identificar de manera específica el terreno en el que se ubicará la planta y/o las instalaciones del proyecto, al mismo tiempo que se determinan las especificaciones de las instalaciones, la maquinaria y el tamaño de la planta de producción" (p.61).

Por consiguiente, la micro localización de un proyecto es la fase de planificación que se ocupa de elegir el sitio preciso dentro de la macro locación previamente definida; es decir, implica considerar aspectos específicos del terreno, las instalaciones, las

dimensiones y características técnicas del lugar, condiciones topográficas, acceso a servicios públicos, la disponibilidad de infraestructura y cualquier otro detalle relevante para la ejecución exitosa del proyecto.

2.1.16. Estudio Financiero

Para Hernández (2005) el estudio financiero es "una técnica para evaluar el desempeño operativo de una empresa, facilitando el diagnóstico de la situación presente y la predicción de eventos futuros. Al mismo tiempo, se enfoca en alcanzar objetivos predefinidos" (p.8). En tanto que Díaz (2019) propone que el análisis financiero "proporciona información sobre variables socioeconómicas en los ámbitos macro y microeconómicos que afectan el flujo de efectivo del proyecto. Es en este punto donde se cuantifican todos los supuestos asumidos en los estudios anteriores" (p.56) y facilita la evaluación de la viabilidad del proyecto.

En este contexto, el estudio financiero es una parte integral del análisis de un proyecto, empresa o inversión. El objetivo principal es evaluar la viabilidad económica y financiera de una iniciativa, proporcionando información detallada sobre los recursos financieros necesarios, la estructura de costos, los ingresos esperados y otros aspectos relacionados con las finanzas. De igual manera, proporciona una visión integral de los aspectos económicos y monetarios de un proyecto, permitiendo a los inversionistas, gerentes y otros interesados tomar decisiones informadas sobre su viabilidad y gestión financiera.

2.1.17. Ingresos

Alcarria (2016) refiere que "el ingreso es considerado como incrementos del patrimonio neto, distintos de las aportaciones de fondos a la entidad por parte de los propietarios, como consecuencia de las actividades económicas de venta de bienes o prestación de servicios" (p.112). Los ingresos están conformados por las ventas de la microempresa; estos pueden ser bienes o servicios, dependiendo a lo que se dedique la organización.

Los ingresos, en el contexto financiero, son los recursos económicos o flujos de dinero que una entidad, ya sea una persona, empresa u organización, recibe como resultado de sus actividades comerciales, inversiones u otras fuentes. Los ingresos son esenciales para la supervivencia y el crecimiento de una empresa, porque representan la entrada de fondos que pueden utilizarse para cubrir costos, inversiones y otras necesidades.

2.1.18. Gastos

A decir de Navarrete (2018) los gastos corresponden a “la erogación que una empresa hace, no tiene que ver, de manera directa, con la producción de los bienes o la prestación de los servicios” (p.230). Los gastos son desembolsos que se realizan por el pago de los servicios básicos, administrativos, ventas, los mismos que son considerados como fijos y tienen que ser cancelados mensualmente, se fabrique o no, dentro de la microempresa. Por lo tanto, los gastos son salidas de dinero o el uso de recursos económicos para cubrir los costos asociados con las operaciones de una entidad.

2.1.19. Costos

Tomando en consideración la situación de las empresas, se conceptúa a la contabilidad de costos como un sistema registrable especial, que tiene como objetivo principal suministrar los elementos necesarios para el cálculo, control y análisis de los costos de producción de un bien o servicio (Chiliquinga y Vallejos, 2017). En este sentido, los costos son el desembolso de dinero que se realiza para adquirir la materia prima y la elaboración del producto, de igual manera, dicho valor es recuperable, por medio de los ingresos que se ejecutan mediante las ventas.

En opinión de Batista y Estupiñán (2018), “las empresas están inmersas en entornos altamente competitivos y globalizados, por ello las empresas en Ecuador han comenzado a preocuparse por la necesidad de realizar una buena gestión empresarial, el entorno les exige cada día ser más competitivos” (p.118), siendo por tanto necesario

gestionar los costos a la par del comportamiento del mercado y la adquisición de la materia prima e insumos necesarios para la producción.

En este contexto, los costos son los gastos asociados con la producción, fabricación, distribución y venta de bienes y servicios, representan la inversión económica necesaria para que opere la empresa. Los costos son una parte fundamental del análisis financiero y son esenciales para determinar la rentabilidad y eficiencia de una actividad económica.

2.1.20. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio también conocido como el punto muerto o umbral de rentabilidad, es el número mínimo de unidades de un producto que una empresa o negocio requiere vender para que el beneficio en ese momento sea cero. Es decir, es el punto en el que los costes totales igualan a los ingresos totales por venta. Permite obtener un beneficio donde no se gana ni se pierde generando una estabilidad para la empresa, como lo indica Baca (2016) “Es el nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables” (p.187).

Por su parte, Mora (2019) plantea que se establece el punto de equilibrio cuando el valor de un bien elaborado o producido es igual al valor de ventas de dicho bien. En otras palabras, donde exista la equiparación entre utilidades y pérdidas. Es necesario detallar que el realizar un análisis minucioso de la situación económica y financiera de una empresa, le sirve a esta para tomar las mejores decisiones para su operación y estar al tanto de su punto de equilibrio.

2.1.21. Estudio de situación Financiera

El estado de situación financiera permite identificar, cómo se encuentra la empresa, en otras palabras, conocer los ingresos, egresos y patrimonio con lo que cuenta, para el normal funcionamiento, de esta manera verificar la situación actual mediante los balances generales los mismos que permiten corroborar si tiene o no

rentabilidad. De esta manera Guiza (2016) afirma: “Llamado balance general, es un estado financiero básico que informa a una fecha determinada a la situación financiera de una empresa, presentado de una forma resumida, el valor de las propiedades y derechos, las obligaciones, patrimonio evaluados y valorados” (p.28).

En la gestión empresarial, es preciso conocer el estado de la situación financiera, así como mostrar los activos de la empresa, sus posesiones, los pasivos y el patrimonio, es decir, contrastar los activos frente a los pasivos. En este sentido, se trata de un estimado de qué tan efectiva viene siendo la gestión de los recursos de la compañía. (CERTUS 2021). Por lo tanto, es fundamental que la empresa cuente con las directrices claras para conocer cuál es la situación financiera, donde debe evidenciar cuales son los ingresos, gastos, costos, la inversión y el patrimonio que posee para de esta forma lograr una estabilidad económica entre los activos y pasivos que posee y así evitar un quiebre de la misma.

2.1.22. Estado de resultados

El estado de resultado o llamado también estado de ganancias y pérdidas, el cual muestra la utilidad o pérdida obtenida en un periodo determinado por actividades ordinarias y extraordinarias, habla de un lapso de tiempo definido, por cuanto una utilidad o pérdida se obtiene por actividades de diversa naturaleza realizadas a lo largo del tiempo. (Catacora 2012). De igual forma Guiza (2016) conceptúa al estado de resultado integral como “un estado financiero que muestra el indicador económico (utilidad o pérdida) de una empresa en un estado de tiempo determinado” (p.60). Busca identificar las ganancias y pérdidas del negocio, en un tiempo señalado.

El estado de resultados o de pérdidas y ganancias permite determinar la situación económica y financiera que se encuentra la empresa en a una fecha de corte y que en la mayoría de ocasiones se trabaja en referencia al ejercicio fiscal y es ahí que debe ser administrada o gestionada de la mejor forma, para lo cual se tiene que hacer un análisis minuciosos de los gastos, costos e ingresos que se obtienen por la venta del producto y en caso que no esté generando ganancias verificar mediante informes sustentados que es lo que está imposibilitando obtener una utilidad.

2.1.23. Flujo de efectivo

Guiza (2016) expresa que: “El estado financiero flujo de efectivo muestra el dinero originado y el valor aplicado durante un periodo contable por una entidad o empresa, en las actividades de operación, actividades de inversión y en las actividades de financiamientos” (p. 89). El objetivo, es mostrar información sobre los recaudos y desembolsos de capital (efectivo) de la empresa a los usuarios de la documentación financiera, para que evalúen la capacidad de la entidad de generar ingresos y la forma de pago a proveedores, entidades financieras, acreedores, empleados, socios u accionistas.

El flujo de efectivo es el movimiento de dinero que se presenta en una empresa, es la manera en que el dinero es generado y aprovechado durante la operación de la empresa. El ciclo en el cual sale dinero de la empresa corresponde al costo por producir bienes y/o servicios que se entregan a los clientes y se obtiene dinero de parte de ellos para generar más riqueza. Cuando una empresa obtiene dinero genera flujo positivo y esto se puede hacer de tres maneras diferentes: 1. Por medio de la cobranza a los clientes (operación de la empresa). 2. Con aportaciones de capital de los socios, por medio de bancos o acreedores (financiamiento), y 3. Por la venta de activos que ya no utiliza. (Castro 2022).

Por lo tanto, de acuerdo a lo descrito por los autores el flujo de efectivo se considera como el dinero que ingresa y sale de una empresa, detallando que estos valores están directamente relacionados con las ventas, cobros, pagos entre otros rubros especificados en un determinado tiempo, los cuales son descritos en la presentación de resultados y permiten evidenciar la situación financiera de la entidad.

2.1.24. Valor Actual Neto (VAN)

El Valor Actual Neto (VAN) se considera como una herramienta que permite determinar la viabilidad económica de un proyecto. El VAN es igual al desembolso de la inversión inicial del proyecto más el valor actual de los flujos futuros de dicho proyecto. De tal modo que si es positivo indica que el proyecto es viable, ya que el valor actual de los flujos es mayor al desembolso inicial, y si es negativo el proyecto se

debería desestimar al ser el valor actual de los flujos menor a la inversión inicial. Sobre el tema, Mesa (2016) define: “Métodos para la evaluación financiera de proyectos, el valor actual neto (VAN) es el valor presente de los rendimientos futuros descontados al costo de capital de la empresa, menos el costo de la inversión” (p.55).

En consecuencia, el VAN es considerado como una herramienta financiera complementaria que permite analizar la rentabilidad de un proyecto de inversión para determinar si es viable o no su ejecución, donde los indicadores financieros tienen que tener valor positivo para de esta forma garantizar la puesta en marcha del proyecto, evitar pérdidas financieras y para que se tomen las decisiones más aceptables al momento de crear un negocio.

2.1.25. Tasa Interna de Retorno (TIR)

De acuerdo con Mesa (2016) el TIR es un indicador que expresa el “beneficio que puede esperarse del proyecto y se basa en obtener la tasa que iguale el valor presente de los beneficios con el costo, es la tasa de descuento que hace que el VAN del proyecto sea igual a cero” (p.65). Asimismo, Arroyo y Vásquez (2017) consideran que el TIR “es una tasa porcentual que indica la rentabilidad promedio anual o periódica, dependiendo de la periodicidad de los flujos que genera el capital que permanece invertido en el proyecto, en caso se trate de una inversión”. (p. 104).

En base a lo descrito por estos autores, la tasa interna de retorno es uno de los métodos de evaluación de proyectos de inversión más utilizados por las empresas. Sirve para determinar la viabilidad a la hora de encarar alternativas de inversión, es ahí donde los inversionistas verifican si es rentable o no invertir en ese negocio, considerando que indica el tiempo en el que se va a recuperar la inversión realizada.

2.1.26. Periodo de recuperación

Tal como afirma Baca (2016), “Para la implementación de un proyecto es necesario conocer el número de periodos, generalmente en años, requeridos para recuperar la inversión inicial emitida, por medio de los flujos de efectivos futuros que generará el proyecto” (p. 220). En igual sentido, Pinto (2015) expresa: “Período de

recuperación del proyecto es la cantidad estimada de tiempo que será necesaria para recuperar la inversión de un proyecto, cuánto tiempo tomará para que el proyecto pague el presupuesto inicial y comience a generar ingresos positivos” (p. 90).

En consecuencia a lo expuesto, el período de recuperación de la inversión es considerado como el tiempo establecido en el que se estima recuperar la inversión inicial del proyecto y este genere las ganancias proyectadas de acuerdo a los indicadores financieros aplicados, y se comporta como uno de los pilares fundamentales al momento de la toma de decisiones, garantizando así que el dinero pueda ser recuperado en el tiempo estimado y evitar pérdidas futuras, para lo cual, los datos que se manejen deben ser reales, precisos y concisos.

2.2. Marco legal

Para el desarrollo de este trabajo investigativo y con el fin de enmarcarlo en el contexto jurídico-legal, se respeta la normativa vigente dentro del Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas (2018), emitido por el Ministerio de Turismo, que es el ente rector en cuanto a las empresas que brindan los servicios de alimentación.

2.2.1. Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas

- **Título II: Del Registro y Licencia Única de Funcionamiento**

La normativa legal vigente sobre el Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas, establece varios parámetros que deben ser tomados en consideración al momento de constituir una empresa en el ámbito de alimentación; por lo tanto, en este estudio se tomaron en cuenta como base informativa los aspectos del Capítulo I en cuanto al Registro y el Capítulo III sobre la licencia única anual de funcionamiento Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas (2018), como se describe a continuación:

- **Capítulo I: Del Registro**

Art. 8.- Requisitos para obtención de registro. - Las personas naturales o jurídicas que se registren como prestadores de servicios turísticos de alimentos y bebidas, deberán cumplir con los siguientes requisitos;

- a) Personas Jurídicas, escritura de constitución y de existir último aumento de capital y reforma de estatutos, debidamente inscritas en el Registro Mercantil
- b) Detalle de inventario valorado de activos fijos de la persona natural o jurídica, para el ejercicio de la actividad comercial; o, el balance presentado a la Superintendencia, si tuviere, y que contenga los activos de su establecimiento a registrar
- c) Registro Único de Contribuyentes (RUC) o Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano (RISE), para persona natural o jurídica, según corresponda
- d) Pago del 1 x 1000 sobre el valor de los activos fijos, en los formatos y procedimientos establecidos por a la Autoridad Nacional de Turismo para personas naturales y jurídicas
- e) Certificado de informe de compatibilidad positiva o favorable de uso de suelo otorgado por el Gobierno Autónomo Descentralizado. Para el caso de los establecimientos móviles se sujetarán a lo establecido por el Gobierno Autónomo Descentralizado competente, de ser el caso
- f) Documento que habilite la situación legal del local si es arrendado, cedido o propio.

No se exigirá al usuario los documentos físicos cuando estos puedan ser obtenidos en línea o interoperados a través de la plataforma digital que establezca para el efecto la Autoridad Nacional de Turismo.

- ***Capítulo II: licencia única anual de funcionamiento***

Art. 12.- Procedimiento de obtención. - El procedimiento de obtención de la Licencia Única Anual de Funcionamiento, será realizado de acuerdo al procedimiento establecido por el Gobierno Autónomo Descentralizado.

Los requisitos para obtener la Licencia Única Anual de Funcionamiento, distintos al del Registro de Turismo serán los siguientes:

1. Registro de Turismo otorgado por la Autoridad Nacional de Turismo
2. Certificado de encontrarse al día en las contribuciones establecidas por la Autoridad Nacional de Turismo
3. Los requisitos que cada Gobierno Autónomo Descentralizado, considere para la emisión de la Licencia Única Anual de Funcionamiento, que deberá ser realizado mediante ordenanza.

Una vez obtenida la Licencia Única Anual de Funcionamiento, el establecimiento deberá exhibirla.

- ***Título III: De la clasificación, requisitos de categorización y sistema de puntuación capítulo I clasificación***

Con base a este reglamento es necesario detallar como es la clasificación de los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas, de acuerdo a la normativa establecida en el Ecuador y como se describe en el caso específico de la investigación para de esta manera tener claro los puntos que deben ser implementados para la creación de la empresa de alimentos (Catering), como se describe en el siguiente apartado:

- ***Capítulo I: Clasificación***

Art. 14.- De su clasificación. - Los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas se clasificarán en:

- a) Cafetería
- b) Bar
- c) Restaurante
- d) Discoteca
- e) Establecimiento móvil
- f) Plazas de comida
- g) Servicio de Catering

Por lo tanto, en el literal g) Servicio de Catering: Es la prestación externa del suministro de comida preparada y puede abastecer de todo lo necesario para la organización de cualquier evento, banquete, fiesta o similares; y, es en general la prestación de servicios de preparación de comidas para ser vendidas o servidas en puntos de consumo separados del lugar donde se elaboran (no comprende el servicio a domicilio de un restaurante, cafetería o establecimiento de alojamiento).

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

Este capítulo se enmarca en la descripción del área de estudio, enfoque, tipos, y procedimientos de investigación; técnicas e instrumentos; validez, confiabilidad; y

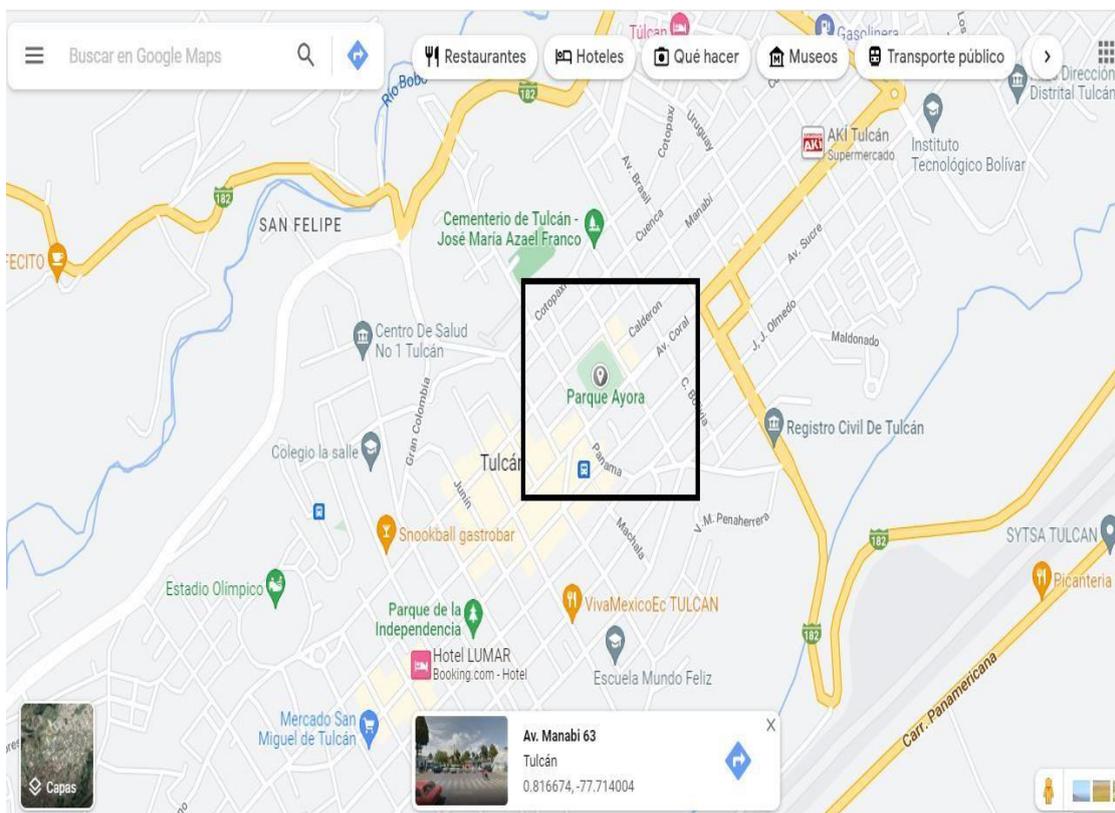
consideraciones bioéticas, siendo estos aspectos los trascendentales para el desarrollo de la investigación.

3.1. Descripción del área de estudio

La investigación se desarrolló en las instituciones públicas que se concentran en el área adyacente al Parque Ayora de la ciudad de Tulcán, entre ellas: el Gobierno Autónomo Descentralizado de la ciudad de Tulcán, Gobierno Provincial del Carchi, Dirección Provincial de Salud, Dirección Provincial del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), Dirección Provincial de Educación y Gobernación del Carchi. A continuación, se detalla las ubicaciones geográficas, en donde se ejecutó el proyecto de investigación:

Figura 2

Ubicación Parque Ayora de la ciudad de Tulcán



Fuente: Google Earth (2022)

3.2. Enfoque y tipo de investigación

El estudio se fundamentó en un enfoque cuantitativo, fue de tipo descriptivo y corte transversal, incluyó trabajo de campo. El enfoque cuantitativo, se apoyó en la identificación y análisis de los fenómenos suscitados, fundamentado en la ciencia y

apoyado en la estadística para análisis de los datos resultantes. (Trujillo et al., 2019, p.22).

3.2.1. Investigación de Campo

La información fue tomada mediante la aplicación de una encuesta a los informantes en su propio entorno inmediato (funcionarios de las instituciones públicas), sin mediación de ninguna manipulación de los hechos o control de las variables de estudio (Arias, 2012, p.31) con el objetivo de identificar la demanda y establecer la oferta de un servicio de alimentación (Catering) en las instituciones públicas de la ciudad de Tulcán. Los funcionarios informantes pertenecen a: Gobierno Autónomo Descentralizado de la ciudad de Tulcán, Gobierno Provincial del Carchi, Dirección Provincial de Salud, Dirección Provincial del IESS, Dirección Provincial de Educación y Gobernación del Carchi.

3.2.2. Procedimiento de investigación

Para lograr el cumplimiento de los objetivos específicos propuestos fue necesario detallar varios aspectos fundamentales que permitieron un desarrollo confiable, con información efectiva y datos relevantes al estudio. A continuación, se describen los pasos ejecutados:

- La caracterización de los aspectos sociodemográficos de la población demandante del servicio de alimentación (Catering) de las instituciones públicas de la ciudad de Tulcán se obtuvo mediante una matriz de operacionalización de variables como parte inicial de la encuesta, se expresan en la Tabla 1
- Para la identificación de la demanda de servicios de alimentación en las instituciones públicas de la ciudad de Tulcán, en el cuestionario se especificaron interrogantes que permitieron establecer la demanda de clientes potenciales y también conocer cuáles son las necesidades, gustos y preferencias de los clientes actuales, para de esta manera establecer el mercado al cual se dirigirá la empresa de alimentación (Catering)

Tabla 1
Caracterización Sociodemográfica

Variable	Definición	Indicador	Escala	Tipo
Género	Se refiere a las expectativas, los comportamientos y las actividades de las mujeres y los hombres socialmente construidas, que les son atribuidas sobre la base de su sexo.	Porcentaje	<ul style="list-style-type: none"> • Masculino • Femenino 	Cuantitativa
Edad	Tiempo transcurrido desde el nacimiento hasta la fecha.	Porcentaje	<ul style="list-style-type: none"> • 18 – 29 • 30 – 39 • 40 – 64 	Cuantitativa
Etnia	Término que se refiere a las características sociales y culturales, la procedencia o las experiencias compartidas por un grupo de personas.	Porcentaje	<ul style="list-style-type: none"> • Blanca • Mestizo • Indígena • Afroecuatoriano 	Cuantitativa
Estado civil	Condición de un individuo en función de si tiene o no pareja y su situación legal respecto a esto. También se define como el conjunto de las circunstancias personales que determinan los derechos y obligaciones de las personas	Porcentaje	<ul style="list-style-type: none"> • Soltero/a • Casado/a • Unión libre • Divorciado/a • Viudo/a 	Cuantitativa
Lugar de procedencia	Estado del que procede una persona, bien sea nacional del mismo, bien sea su país de residencia habitual.	Porcentaje	<ul style="list-style-type: none"> • Urbano • Rural 	Cuantitativa
Nivel de instrucción	Es el grado más elevado de estudios realizados o en curso, sin tener en cuenta si se han terminado o están provisional o definitivamente incompletos.		<ul style="list-style-type: none"> • Sin instrucción • Educación básica • Bachiller • Educación superior 	Cuantitativa
Actividad laboral	Se refiere a las personas que están trabajando. La noción de trabajo designa toda actividad ejercida con remuneración o beneficio, es decir, todo trabajo remunerado en el contexto de una relación empleador-empleado o todo trabajo independiente.	Porcentaje	<ul style="list-style-type: none"> • Prestadora de servicios • Empleado/a privada • Empleado/a público • Negocio propio 	Cuantitativa

Elaborado por: El autor

- La indagación minuciosa estuvo orientada a conocer si existen empresas similares que oferten este tipo de servicios, ya que en una problematización preliminar se pudo apreciar que, en el sector, de acuerdo a la conceptualización de la empresa de catering, no hay empresas similares. Al mismo tiempo, dentro de la estructura del cuestionario también constan preguntas indispensables para precisar si los servidores de las instituciones públicas estarían dispuestos a adquirir el servicio e incluso el valor que cancelarían en caso de contratarlo, obteniendo información relevante para el estudio
- Finalmente, la propuesta de diseño para la creación de un servicio de alimentación (catering), se toma en cuenta los resultados obtenidos de la aplicación de la encuesta, así como conclusiones de otros estudios afines referidos a cómo debería estar creada la empresa tanto en el ámbito administrativo, técnico y financiero. Un aspecto fundamental como aporte del investigador es la descripción de los menús balanceados que se ofertarían para garantizar que los alimentos que se sirvan los clientes estén acorde a los parámetros establecidos nutricionalmente.

3.3. *Técnicas e instrumentos de investigación*

3.3.1. Cuestionario

Se empleó un instrumento (cuestionario), donde se planteó preguntas de base estructurada y con indicaciones claras. La aplicación de la encuesta se lo realizó de modo presencial con lo cual se logró mayor certeza en las respuestas. Entre las categorías estudiadas se destacan las características sociodemográficas de la población con siete preguntas y 14 referidas a las restantes variables, totalizando 21 interrogantes lo cual demandó una participación y duración aproximada de 10 minutos. Fue anónima para garantizar la confidencialidad de los datos obtenidos en este proceso, mismos que fueron utilizados solo con fines académicos.

Para el procesamiento y análisis de los datos se utilizaron los programas de Office 365, licencia oficial para la Universidad Técnica del Norte. Con los datos obtenidos mediante la aplicación de la encuesta y la fundamentación teórica metodológica citada, se formuló la propuesta tal cual consta en el capítulo de resultados.

3.3.2. Población

Se utilizó un muestreo no probabilístico intencional, seleccionado a juicio del investigador, para trabajar con una población de 70 personas que accedieron a proporcionar información para el estudio. Estas personas laboran en instituciones públicas ubicadas alrededor del parque Ayora, en la ciudad de Tulcán. La recolección de datos se llevó a cabo durante las dos últimas semanas de septiembre de 2023. Los resultados obtenidos a partir de este grupo se detallan en el capítulo siguiente.

En cuanto al levantamiento de información y por ser un tema del ámbito de la alimentación y nutrición, al examinar datos sobre hábitos alimenticios, así como gustos y preferencias de las personas para adquirir un servicio de alimentación, se tomaron en consideración los postulados del Código de Ética de la Federación Latinoamericana de Nutrición Clínica, Terapia Nutricional y Metabolismo (FELANPE) (Sierra, et al., 2021). para el desempeño del Nutricionista Clínico, en el que se determina que los datos obtenidos serán utilizados exclusivamente con fines de investigación académica.

En consecuencia, la población investigada respondió preguntas abiertas únicamente relacionadas con el presente estudio donde se analiza si estarían dispuestos a contratar un servicio de alimentación (Catering) que oferte buenas prácticas alimenticias y nutricionales. El estudio de mercado se encaminó de manera objetiva a establecer la oferta y demanda de alimentos preparados (menús saludables) y que se justifique la creación de una empresa de catering en la ciudad de Tulcán, donde los beneficiarios directos serían los servidores que trabajan en las instituciones públicas.

3.4. Consideraciones bioéticas

La investigación en todas sus fases y aspectos se sujetó a los principios de la bioética médica (autonomía, no maleficencia, beneficencia y justicia), teniendo en cuenta la Declaración Internacional sobre Bioética y Derechos Humanos de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) y los principios establecidos en la Declaración Internacional de Cartagena sobre el derecho al cuidado nutricional y la lucha contra la malnutrición, lo que a su vez,

permite puntualizar el contrato ético y social, que dicta la responsabilidad profesional frente a las personas vulnerables, desde el punto de vista nutricional, de la sociedad y de la profesión. (Sierra et al., 2021).

Con base en el Código de Ética del Nutricionista Clínico de la FELANPE, se ponderó el respeto por la dignidad humana como pilar fundamental de la práctica de la nutrición clínica, reconociendo el valor intrínseco del ser humano al no vulnerar su integridad durante el proceso del cuidado nutricional. En el contexto profesional, el nutricionista clínico basará su práctica en las siguientes normas:

- Actuar de manera tal que siempre se respete el valor intrínseco de cada ser humano. Para ello se debe tener en cuenta y respetar la individualidad y el contexto social, cultural, religioso, hábitos, preferencias y rechazos de toda persona que necesite dietoterapia o terapia médica nutricional
- Favorecer el acceso de cada paciente a un cuidado nutricional continuo, el cual consta de tres etapas: detectar (tamizaje, valoración y diagnóstico), nutrir (terapia médica nutricional) y vigilar, respetando siempre la integridad de la persona
- Actuar de manera considerada y respetuosa de la diversidad étnica, los valores culturales, las creencias y las opiniones de los pacientes y los sujetos de investigación
- El nutricionista clínico es responsable del cuidado nutricional del paciente, de procurar su bienestar integral y el resguardo de su dignidad.
- El interés económico nunca debe ser la motivación principal en la toma de decisiones del nutricionista clínico (Sierra, et al., 2021).

Para la investigación, con el propósito de cumplir con los objetivos planteados se contó con el apoyo de las personas de una manera voluntaria y desinteresada en todos los niveles jerárquicos de las entidades públicas, lo que permitió obtener la mayor cantidad de información, considerando a su vez que la encuesta es confidencial y exclusiva para el presente estudio.

CAPÍTULO IV
RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Situación inicial: Características sociodemográficas

Tabla 2

Características sociodemográficas

Descripción	Indicador	Valor	Porcentaje
Género	Masculino	23	33%
	Femenino	47	67%
Edad (años)	18 a 29	4	6%
	30 a 39	62	88%
	40 a 64	4	6%
Etnia	Blanca	0	0 %
	Mestiza	70	100%
	Indígena	0	0 %
	Afroecuatoriano	0	0 %
Estado civil	Soltero/a	38	54%
	Casado/a	24	34%
	Unión Libre	4	6%
	Divorciado/a	4	6%
	Viudo/a	0	0%
Lugar de procedencia	Urbano	62	89%
	Rural	8	11%
Nivel de instrucción	Sin instrucción	0	0%
	Educación básica	0	0%
	Bachiller	17	24%
	Educación Superior	53	76%
Actividad laboral	Prestadora de servicios	0	0%
	Empleado/a privada	0	0%
	Empleado Público	70	100%
	Negocio propio	0	0%

Fuente: Investigación

En la Tabla 2 se presentan los datos sobre las características sociodemográficas de la población (70 personas) que laboran en las instituciones públicas del centro de la ciudad de Tulcán específicamente a los alrededores del parque Ayora. En relación a la distribución según género, el 33% pertenecen al género masculino y el 67% del género femenino. Se observa que el 88% de servidores oscila entre los 30 a 39 años, el 100% se identifica como mestizos, de los cuales, el 54% son solteros/as y el 34% casados. En cuanto a la ubicación de la vivienda, el 89% son del sector urbano y el restante porcentaje provienen de la ruralidad. Una característica distintiva es que el 76% tienen un nivel de instrucción de educación superior y todos están enrolados a las instituciones del sector público.

El análisis del contexto sociodemográfico de la población permite concluir en que se trata de una población de adultos jóvenes, mestizos, en su mayoría mujeres, solteros y habitan el sector urbano, datos que ameritan tenerlos en cuenta a la hora de programar un ciclo de minutas orientado a satisfacer las necesidades energéticas y nutricionales como base, y, además, todas las características organolépticas, palatables y sanitarias que deben caracterizar a un servicio de catering.

4.2. Resultados del cuestionario

4.2.1. Análisis de la demanda de los servicios de alimentación (catering)

Tabla 3

Demanda de los servicios de alimentación (catering) en las instituciones públicas de la ciudad de Tulcán

Demanda	N	%
¿Para qué tipo de evento ha contratado los servicios?		
Servicio de eventos y fiestas	27	39%
Servicio alimentación a domicilio (<i>delivery</i>)	26	37%
Servicio de atención con alimentación al cliente	8	11%
Servicio de alimentación personalizada	9	13%
Criterios más relevantes para elegir un servicio de catering o buffet		
Que la empresa sea reconocida en la ciudad	17	24%
Que los precios sean accesibles	39	56%

Que sea recomendación de conocidos	5	7%
Por necesidad de la institución	9	13%
Cuántas comidas al día consume		
Dos	8	11%
Tres	62	89%
Qué clase de comida normalmente prefiere consumir		
Comida típica	5	7%
Comida hecha en casa	65	93%

Fuente: Investigación

Con base en los resultados obtenidos Tabla 3, es necesario indicar que, en la ciudad de Tulcán, el servicio de catering se encuentra orientado a la atención de eventos y fiestas privadas o institucionales, de manera que los funcionarios de instituciones públicas no tienen un servicio personalizado o al menos que se sujete a las características y demanda de alimentación de este grupo de comensales. Esta realidad, desde el punto de vista empresarial representa una oportunidad de negocio ya que se manifiesta como una demanda insatisfecha que requiere ser atendida, considerándose como un nicho de mercado con clientes potenciales.

Los principales hallazgos referidos a la identificación de la demanda y elección de los servicios de alimentación (catering) señalado por el 56% de los encuestados hacen relación a un factor clave como es la accesibilidad, los precios adecuados o razonables y desde luego, que la calidad del servicio sea reconocida en la localidad.

Con relación a los tipos de eventos para los que han contratado el servicio de catering, un 39% indicó que lo ha hecho para fiestas, en cambio, un 37% lo hizo como un servicio personalizado (tipo *delivery*). Con este antecedente, los detalles que motivan a las personas previo a la contratación de estos servicios, fue realizar el análisis sobre el número de comidas consumidas al día, de lo cual se distinguió que, del total, el 89%, tienen una alimentación de tres veces diarias, y en opinión del 11% restante, únicamente la consumen por dos veces.

El 93% de funcionarios prefieren la comida casera, es decir buscan una alimentación que sea nutritiva y afín a su cultura. Los hallazgos sugieren que un

catering en este entorno ciudadano resultaría exitoso si proveyera comida casera con identidad de esta localidad con una nueva experiencia gustativa mejorada en cuanto a su elaboración y servicio.

4.2.2. Análisis de la oferta de alimentación

Tabla 4

Oferta de alimentación en el entorno a las entidades públicas de la ciudad de Tulcán

OFERTA	Indicador	N	%
¿Conoce o a escuchado de alguna empresa que oferte servicios de catering (a domicilio)?	Si	26	37%
	No	44	63%
¿Alguna vez ha contratado servicio para la realización u organización de un evento social	Si	32	46%
	No	38	54%

Fuente: Investigación

Los datos de la Tabla 4 representan a un 46% de funcionarios que en alguna ocasión han contratado el servicio de catering, frente a un 54% que no han adquirido este servicio. Estos porcentajes sin ser la mayoría en el primer caso, de alguna manera se los consideraría como potenciales clientes en la propuesta de creación de un servicio de catering. Por su parte, frente al conocimiento de empresas similares en el sector, el 63% manifestó no haber escuchado dentro de la ciudad de Tulcán, pero existe un apreciable 37% que indicaron conocer de la existencia de empresas que brindan este servicio de alimentación en el medio local.

Según estos resultados, se requiere analizar la conveniencia de ofrecer el servicio de alimentación en el entorno a las entidades públicas del parque Ayora de la ciudad de Tulcán, la especificidad sería que se implemente bajo el modelo de gestión de un catering.

4.2.3. Análisis para realizar un diseño para la creación de una empresa de servicios de alimentación

Tabla 5

Análisis de la creación de una empresa de catering en la ciudad de Tulcán

Diseño	%
Se siente satisfecho con los alimentos que consume actualmente	
Si	7%
No	93%
Sería de su agrado que le ofrezcan menús a domicilio o en su lugar de trabajo	
Si	90%
No	10%
Que opción es de su preferencia del menú	
Plato fuerte más bebida	27%
Plato fuerte más bebida más postre	51%
Entrada, más plato fuerte, más bebida, más postre	22%
Qué tipo de preparación le gustaría contratar	
Desayunos	13%
Almuerzos	68%
Break	19%
¿Qué es lo que le interesaría en la propuesta de menú?	
Tamaño de porciones	11%
Variedad de platos	69%
Inocuidad de alimentos	20%
Cómo le interesaría que se promocióne el servicio y la empresa de "CATERING"?	
Hojas volantes	6%
Banners	11%
Redes sociales	83%

Fuente: Investigación

Los resultados que ofrece la Tabla 5 son fundamentales a la hora de proponer la creación de una empresa de catering en la ciudad de Tulcán, donde el 93% de encuestados expresó su insatisfacción con los alimentos que consume actualmente en los salones de la localidad, y el 90% incluso estaría gustoso que le ofrezcan menús a

domicilio o en su lugar de trabajo, siempre y cuando el servicio que reciban sea de calidad, con un menú variado, nutritivo y con entrega inmediata.

La opción de menú seleccionada por la mayoría de la población (51%) es un plato fuerte bebida y postre, siendo la concentración de este servicio para el horario del almuerzo en un 69% y que les interesaría que en la propuesta de menú haya una variedad de platos (69%). Los gustos y preferencias de los clientes por lo general son variados, la cultura alimentaria juega un papel importante a la hora de seleccionar y consumir los alimentos y sobre todo que sean agradables y aptos nutricionalmente para favorecer la salud de los clientes.

De la indagación sobre como a los clientes potenciales les gustaría estar al tanto sobre la empresa de catering, al convivir en un mundo globalizado en el que se cuenta con un sinnúmero de herramientas informáticas y medios digitales, un 83% ha escogido que se lo realice por medio de las redes sociales. También, se analizaron los valores monetarios que los potenciales clientes estarían dispuestos a cancelar, el 43% se ubicó en el rango de \$3,50 el 54%, frente a un 43% que cancelaría hasta los \$5,00, considerándose precios referenciales acorde a la situación económica de la población.

4.3. *Discusión*

Se debe destacar que la población, por tratarse de servidores públicos cuentan con un horario definido para la hora del almuerzo por lo que requieren una oferta de alimentación adecuada a sus condiciones de tiempo, acceso, buena atención y alta calidad nutritiva de las comidas. Al existir pocos lugares que brindan el servicio de alimentación en los alrededores del parque Ayora, el tiempo disponible resulta una limitante y en ocasiones no permite seleccionar la calidad del servicio. En realidad, bajo estas condiciones los funcionarios buscan el lugar más cercano y que les atiendan con prontitud para servirse los alimentos.

Al mismo tiempo los comensales consideran que la mayoría de estos lugares no ofrecen menús nutritivos y balanceados, que contengan las proporciones adecuadas de

nutrientes acorde a los requerimientos de los clientes, por tanto, que garanticen un cuidado nutricional adecuado.

Es sabido que la alimentación humana es un fenómeno complejo que no solo afecta el aspecto biológico del ser humano, sino que también se fundamenta sobre determinantes culturales y sociales que configuran un escenario de valoraciones, significados y relaciones sociales como lo manifiesta (Quevedo, 2019, p.221). En este sentido, es preciso que la alimentación debe ser nutritiva y en los horarios establecidos para que las personas no padezcan ninguna enfermedad gastrointestinal, sobrepeso, malnutrición ni tampoco enfermedades no transmisibles relacionadas con la alimentación como las cardiopatías, la diabetes y algunos cánceres (Organización Mundial de la Salud – OMS, 2021, p. 1), que con el pasar del tiempo ocasionan graves daños en la salud de las personas.

En cuanto, a la discusión sobre la demanda y oferta de servicios de catering en las entidades públicas, como se observa en la ciudad de Tulcán, refleja una tendencia global en el sector alimentario hacia la personalización y adaptación a las necesidades culturales y económicas de los consumidores. Según diversos estudios, los servicios de catering enfrentan retos y oportunidades relacionadas con la sostenibilidad, la nutrición adecuada y la accesibilidad económica.

Un estudio realizado por Silva & Luján (2021) destaca que la implementación de servicios de catering personalizados en contextos públicos puede satisfacer demandas insatisfechas y mejorar la percepción de la calidad del servicio alimentario en estas entidades. Este enfoque incluye la oferta de menús variados, nutricionalmente equilibrados, y la integración de elementos culturales locales que favorezcan la aceptación entre los usuarios. En el caso de Tulcán, la preferencia por alimentos caseros, mencionada por el 93% de los encuestados, coincide con la necesidad de rescatar tradiciones culinarias locales como parte de un valor añadido en el servicio.

Por otro lado, Castillo (2015) señala que la sostenibilidad económica del catering está vinculada a una correcta segmentación de mercado. La investigación realizada en empresas de servicios alimentarios en Ecuador resalta la importancia de establecer

precios competitivos (como los rangos de \$3.50 a \$5.00 identificados en Tulcán), adaptándose al poder adquisitivo local sin comprometer la calidad del servicio.

Además, en el ámbito de la comunicación y marketing, Ocaña & Freire (2021) enfatizan el papel fundamental de las redes sociales en la promoción de servicios de catering. Según los hallazgos de su estudio, el 85% de los consumidores potenciales en sectores urbanos utiliza plataformas digitales para obtener información sobre servicios, lo que coincide con el 83% de los encuestados en Tulcán que prefieren esta vía para enterarse de las propuestas del sector. Por su parte Zambrano et al. (2019) destacan que la percepción de calidad en los servicios alimentarios depende de variables como la rapidez en la entrega, la higiene, y la presentación de los alimentos. Estos elementos son decisivos para captar y fidelizar clientes en el entorno competitivo actual.

Con base en estos antecedentes, desde la perspectiva de este trabajo investigativo, un 63% de los encuestados considera necesario y fundamental que se cree una empresa que brinde los servicios de alimentación mediante catering, con un menú variado, saludable y con las proporciones adecuadas de energía y nutrimentos para la vida, así como para fomentar un buen rendimiento laboral. Se prevé una expansión del nicho de mercado, tomando en cuenta que la alimentación es base fundamental para el normal desarrollo de las personas por lo que es parte de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030.

Los servicios de catering que actualmente se ofrecen en la ciudad de Tulcán son exclusivos para eventos sociales y no destinados a cubrir una necesidad alimenticia en horarios de desayuno, break y almuerzo. En consecuencia, se identificó una mínima competencia, tomando esto como una oportunidad para crear una empresa cuyo valor agregado sea la calidad nutritiva de los menús, su buen sabor, sanidad y precios accesibles de los productos. Asimismo, que las estrategias publicitarias se acomoden al nicho de mercado, con la finalidad de captar clientes potenciales y alcanzar la prosperidad del negocio.

Con el sustento precedente, es necesario proponer un diseño para la creación de una empresa de servicios de alimentación tipo catering que garantice la calidad,

servicio, proporciones, tiempos de entrega y costos de los productos se van a servir los comensales, y se considera factible su implementación con la finalidad de satisfacer la demanda existente y mejorar la calidad de vida de la población de la ciudad de Tulcán.

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1. Título de la propuesta

Diseño para la creación de una empresa de servicios de alimentación tipo catering para las instituciones públicas adyacentes al parque Ayora de la ciudad de Tulcán.

5.2. Antecedentes de la propuesta

El Parque Ayora, en la encantadora ciudad de Tulcán, no es solo un espacio verde; es el epicentro de la vida comunitaria y el hogar de diversas instituciones públicas que desempeñan un papel vital en la cotidianidad de la ciudad. Estas instituciones, desde oficinas gubernamentales hasta centros educativos, forman una red dinámica que crea una demanda constante de servicios esenciales, entre ellos, la alimentación.

En este argumento, surge la oportunidad estratégica de satisfacer esa demanda a través de un enfoque innovador: un servicio de catering diseñado específicamente para las instituciones públicas adyacentes al Parque Ayora. Observando la creciente necesidad de soluciones gastronómicas eficientes y de calidad, se evidencia un espacio para la creación de una empresa que no solo ofrezca alimentos deliciosos, sino que también optimice la logística y se integre armoniosamente con las rutinas institucionales.

El diseño de esta propuesta se fundamenta en los resultados obtenidos de la investigación que se llevó a cabo en la provincia del Carchi, en la ciudad de Tulcán, específicamente en el parque Ayora donde se concentran las entidades públicas como el Gobierno Autónomo Descentralizado de la ciudad de Tulcán, Gobierno Provincial del Carchi, Dirección Provincial de Salud, Dirección Provincial del IESS, Dirección Provincial de Educación y Gobernación del Carchi, instituciones donde trabajan

personas de toda la provincia e incluso de otras provincias, siendo los serviadores la fuerza productiva y económica de la ciudad.

Las personas que actualmente no cuentan con un servicio de alimentación en la entidad donde desempeñan sus funciones buscan lugares cercanos al trabajo para servirse los alimentos en el horario de almuerzo establecido en cada organización, situación que genera el riesgo de consumir de modo cotidiano menús poco saludables que con el pasar del tiempo podrían traducirse en un factor de riesgo para ciertas enfermedades crónicas no trasmisibles y sobre todo repercuta en su estado nutricional y rendimiento laboral.

Por consiguiente, se aprecia la necesidad de crear una empresa que brinde los servicios de alimentación tipo catering, para que los empleados públicos cuenten con una más amplia oferta de comidas y refrescos saludables que gratifiquen al usuario y promuevan una alimentación conveniente, variada, equilibrada, suficiente y adecuada para los clientes que en la actualidad demandan este servicio y para una mayor demanda posterior.

5.3. Objetivos

5.3.1. Objetivo general

Diseñar la estructura técnica, administrativa y financiera para la creación de una empresa de servicios de alimentación tipo catering para las instituciones públicas adyacentes al parque Ayora de la ciudad de Tulcán.

5.3.2. Objetivos específicos

- Realizar el estudio técnico, financiero y administrativo para la creación de la empresa de servicios de alimentación tipo catering para las instituciones públicas aledañas al parque Ayora de la ciudad de Tulcán
- Diseñar el servicio de alimentación a oficinistas de la ciudad de Tulcán, mediante un producto de alta calidad nutrimental, organoléptica, higiénica y a precio razonable.

5.4. *Presentación del diseño de la empresa de servicios de alimentación tipo catering*

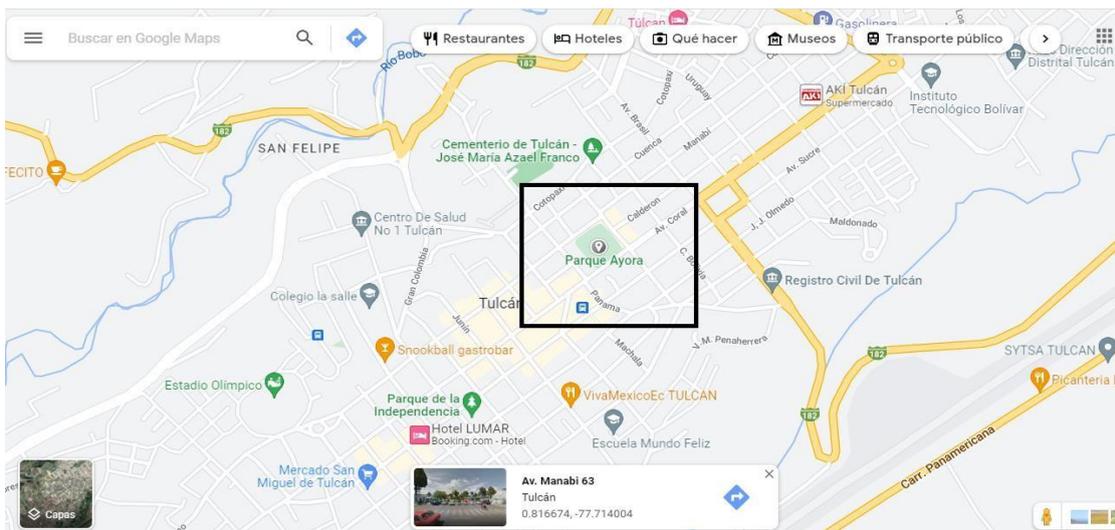
5.4.1. Introducción

A continuación, se presentan los fundamentos técnicos, administrativos y financieros que sustentan la iniciativa de establecer una empresa de catering especializada en servicios de alimentación para los profesionales que laboran en las oficinas de las instituciones públicas cercanas al Parque Ayora de la ciudad de Tulcán.

5.4.2. Estudio Técnico

Figura 3

Ubicación geográfica de la empresa



Fuente: *Google Maps*

El estudio técnico ha definido la macro y micro localización de la empresa de servicios de alimentación tipo catering, misma que estará ubicada en la provincia del Carchi, en la ciudad de Tulcán alrededor del Parque Ayora, donde se encuentran la mayor concentración de instituciones públicas, que serán los clientes potenciales.

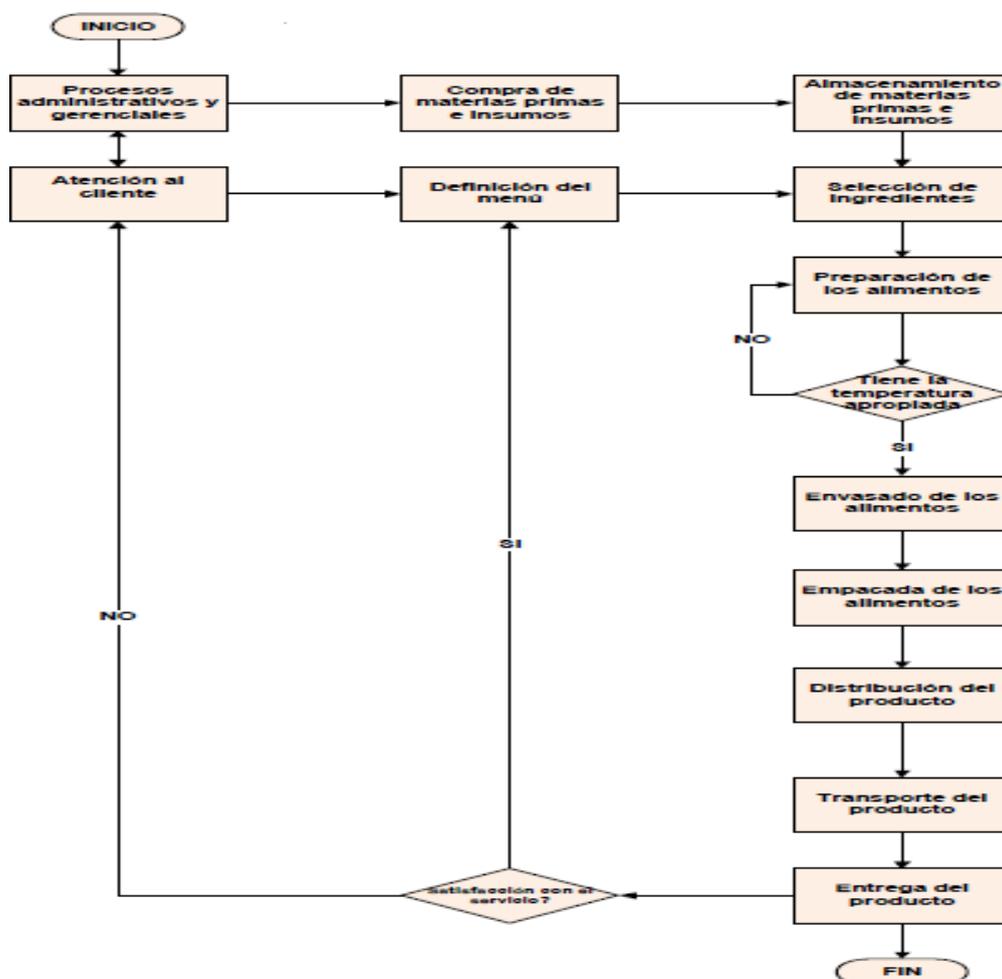
En cuanto al procedimiento de producción, se utiliza como guía el diagrama de flujo propuesto por Barros (2011), el cual se encuentra adjunto como Figura 4. Este diagrama detalla las etapas de los procesos fundamentales que deben ejecutarse,

iniciando desde la adquisición de insumos y productos de alta calidad, seguido por la preparación y entrega de los productos alimenticios al consumidor final. Todo esto se realiza considerando los siguientes criterios:

- Producto de calidad y con buena presentación
- Higiénicamente elaborado
- Alto valor nutricional
- Temperatura apropiada para servirse
- Precio razonable
- Entrega oportuna y a tiempo
- Servicio cordial y amable

Figura 4

Proceso de producción



Fuente: Barros (2011)

5.4.3. Estudio Financiero

Para la ejecución del estudio financiero, se requiere analizar varios aspectos fundamentales como son el personal operativo calificado, requerimiento de instalaciones, mobiliario, equipos, vajilla, utillaje, y mobiliario, depreciación del equipo, los proveedores, insumos, entre otros aspectos que se detallan a continuación:

- **Personal Operativo Calificado.** Se requiere cuatro personas para lo cual desarrollaran las funciones de un nutricionista, un chef, un ayudante de cocina y una recepcionista
- **Instalaciones.** Es fundamental que sea un espacio adecuado que brinde las comodidades del caso para que la empresa de servicios de alimentación este acorde a las necesidades de los clientes
- **Muebles y enseres.** Estarán detallados los indispensables para iniciar la empresa de servicios de alimentación (catering).

A continuación, se presenta los datos financieros acorde al levantamiento de la información, con datos proyectados de acuerdo a la realidad del sector y de la empresa de servicios alimenticios tipo catering.

Tabla 6

Cálculo de inversiones

CUADRO DE INVERSIONES			
CONCEPTO	PROYECTADA		TOTAL
	Aporte Inversión	Préstamo	
ACTIVOS FIJOS			
Inmueble	\$15.000,00		\$15.000,00
Adecuaciones e instalaciones	\$5.000,00		\$5.000,00
Maquinaria y equipos		\$13.958,00	\$13.958,00
Muebles y enseres		\$1.692,00	\$1.692,00
Vehículos	\$20.000,00		\$20.000,00
Otros (Detalle)			\$0,00
Subtotal	\$40.000,00	\$15.650,00	\$55.650,00
ACTIVOS INTANGIBLES			

Gastos preoperacionales	\$1.000,00		\$1.000,00
Subtotal	\$1.000,00	\$0,00	\$1.000,00
CAPITAL DE OPERACIÓN			
Costo directo de producción	\$11.388,10		\$11.388,10
Subtotal	\$11.388,10	\$0,00	\$11.388,10
INVERSIONES TOTALES	\$52.388,10	\$15.650,00	\$68.038,10
Participación porcentual	77%	23%	

Elaborado: El autor

En la Tabla 6 se detallan los cálculos correspondientes a las inversiones en cuanto a los activos fijos, intangibles y el capital de operación que se requiere para iniciar la ejecución de la implementación de la empresa, tomando en consideración, el aporte propio y un préstamo para iniciar con la creación de la empresa.

Se ha establecido que la inversión es alta por lo que la toma de decisión para la creación de la empresa deberá ser muy pensada y sobre todo seguir los pasos básicos de la administración como ser: la planificación, organización, dirección y control; así como adaptarse a los cambios en la demanda de los usuarios y modernización permanente acorde a las técnicas y tecnología vigentes.

Tabla 7*Capital de operación*

CAPITAL DE OPERACIÓN						
CICLO DEL NEGOCIO	1 MES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costo de alimentos e insumos	\$6.000,00	\$72.000,00	\$73.440,00	\$74.908,80	\$76.406,98	\$77.935,12
Sueldos y salarios	\$1.850,00	\$22.200,00	\$23.310,00	\$24.475,50	\$25.699,28	\$26.984,24
Gastos de operación	\$1.359,60	\$16.315,20	\$17.946,72	\$19.741,39	\$21.715,53	\$23.887,08
Gastos administrativos y de ventas (excepto depreciación y amortización)	\$2.178,50	\$26.142,00	\$27.449,10	\$28.821,56	\$30.262,63	\$31.775,76
TOTAL	\$11.388,10	\$136.657,20	\$142.145,82	\$147.947,25	\$154.084,41	\$160.582,20

Elaborado: El autor

En la Tabla 7 se visualiza cual será el capital de operaciones (capital de trabajo) necesario para iniciar un mes, y con base en esos datos se proyecta hasta el año 5 con la finalidad de obtener todos los valores requeridos.

Tabla 8*Ingresos proyectados*

INGRESOS PROYECTADOS											
Servicio	Precio	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
		Cantidad	Ingreso								
Comidas	\$3,50	48000	\$168.000,00	56250	\$196.875,00	67500	\$236.250,00	67500	\$236.250,00	67500	\$236.250,00
Total			\$168.000,00		\$196.875,00		\$236.250,00		\$236.250,00		\$236.250,00

Elaborado: El autor

En la Tabla 8, se registran los ingresos proyectados para los primeros cinco años de acuerdo al precio de venta al público, tomando en consideración que los precios proyectados son accesibles y también permiten que la empresa obtenga la ganancia esperada.

Tabla 9*Determinación del precio*

DETERMINACIÓN DEL PRECIO	
CONCEPTO	Por Unidad
Costos de insumos	\$1,50
Sueldos y Salarios	\$0,46
Gastos de operación	\$0,34
Gastos Administrativos	\$0,69
Gastos Financieros	\$0,03
Subtotal	\$3,02
Margen líquido	16%
Precio de Venta	\$3,50

Elaborado: El autor

En la Tabla 9 se muestra el detalle del cálculo del precio de venta al público por cada menú diario, donde se describen los costos que se van a incurrir en la elaboración del plato que recibirán los clientes potenciales.

Tabla 10*Estado de pérdidas y ganancias proyectado*

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	\$168.000,00	\$196.875,00	\$236.250,00	\$236.250,00	\$236.250,00
Costos insumos	\$72.000,00	\$88.593,75	\$111.628,13	\$117.209,53	\$123.070,01
Sueldos y salarios	\$22.200,00	\$23.310,00	\$24.475,50	\$25.699,28	\$26.984,24
Gastos de operación	\$16.315,20	\$17.946,72	\$19.741,39	\$21.715,53	\$23.887,08
Gastos administrativos	\$26.142,00	\$27.449,10	\$28.821,56	\$30.262,63	\$31.775,76
Gastos financieros	\$1.669,62	\$1.318,12	\$966,62	\$615,12	\$263,62
UTILIDAD OPERACIONAL	\$29.673,18	\$38.257,31	\$50.616,81	\$40.747,91	\$30.269,28
Participación trabajadores 15%	\$4.450,98	\$5.738,60	\$7.592,52	\$6.112,19	\$4.540,39
Impuesto a la renta 25%	\$7.418,30	\$9.564,33	\$12.654,20	\$10.186,98	\$7.567,32
UTILIDAD NETA	\$17.803,91	\$22.954,39	\$30.370,08	\$24.448,75	\$18.161,57

Rentabilidad sobre ventas	13,03%	16,15%	20,53%	15,87%	11,31%
----------------------------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------

Elaborado: El autor

Refiriéndome al Estado de Pérdidas y Ganancias se visualiza claramente que la empresa desde el primer año genera una rentabilidad, con base en esta información es factible la creación de la empresa de servicios alimenticios tipo catering en la ciudad de Tulcán, por lo tanto, se debe iniciar con la puesta en marcha del proyecto y que se cumpla con las expectativas de los clientes potenciales.

5.4.4. Estudio Administrativo

En el estudio administrativo se enfoca aspectos fundamentales como el nombre de la empresa, la filosofía empresarial (misión, visión, objetivos y valores), y la estructura organizacional, en este sentido, se detalla a continuación:

1. Datos generales de la empresa

- **“Bon Appetit Tulcaneño”.** Se concretó este nombre porque es de fácil recordación para los clientes al ser un texto corto y conciso; que al mismo tiempo capta la atención de los mismos
- **Slogan.** “Especialmente para ti, calidad y equilibrio nutricional”
- **Logotipo.** El logotipo está descrito con base en el nombre descrito para la empresa.

Figura 5

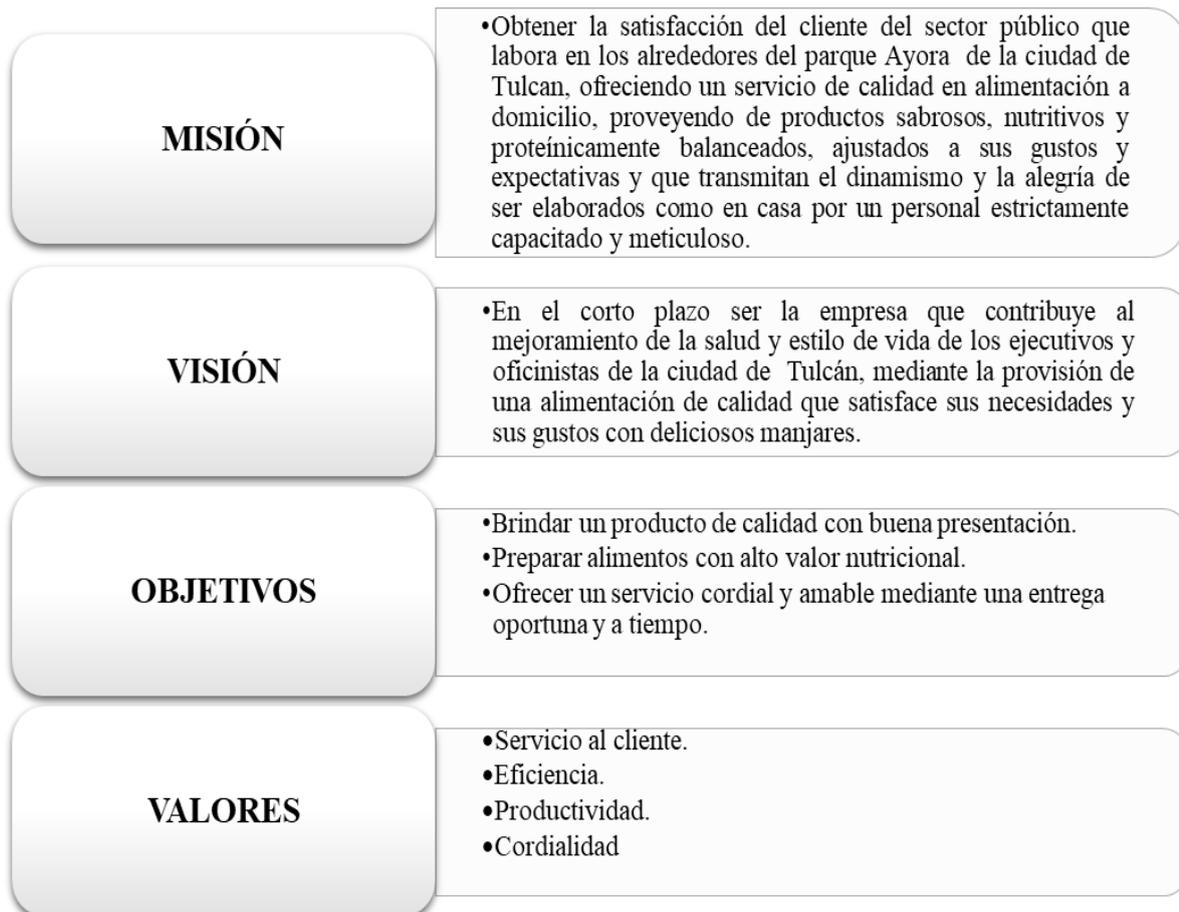
Logotipo



2. Filosofía empresarial. Para la empresa Bon Appetit Tulcaneco, se plantea la siguiente misión, visión, objetivos y valores, con base en captar clientes potenciales y satisfacer las necesidades de los comensales.

Figura 6

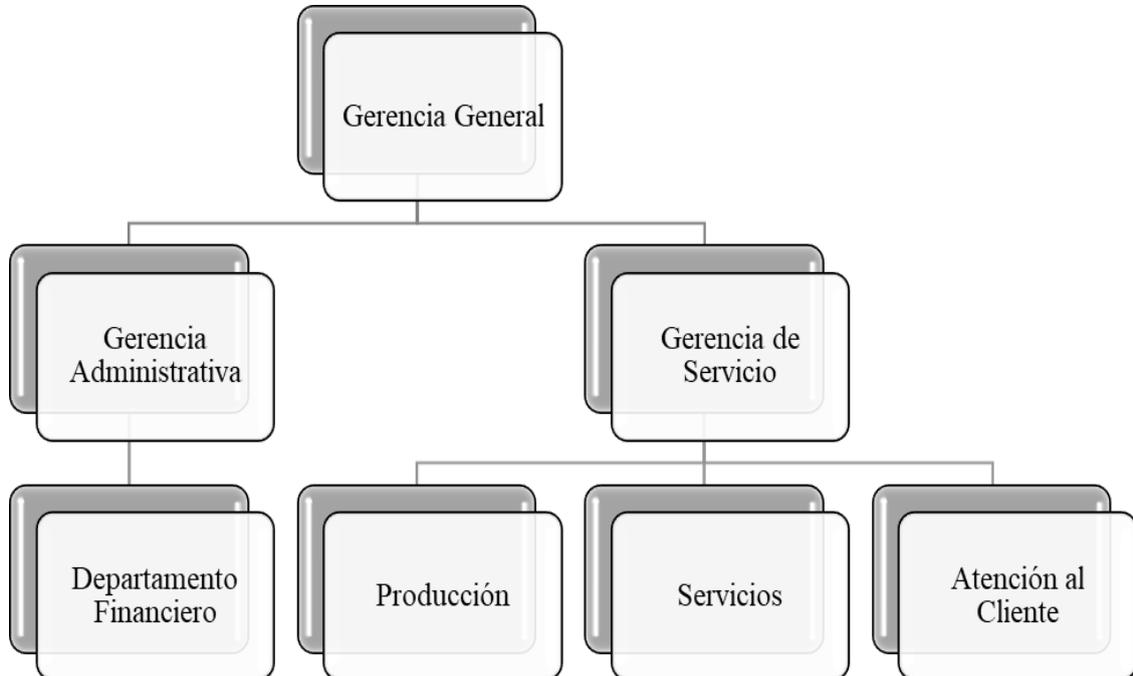
Filosofía empresarial Bon Appetit Tulcaneco



3. Estructura organizacional. Se detalla los departamentos que confirmarán la empresa de servicios de alimentación Bon Appetit Tulcaneco

Figura 7

Estructura Organizacional Bon Appetit Tulcanero



5.4.5. Oferta de menús

Sobre la base de los datos obtenidos en el estudio de campo, se plantea establecer menús con un adecuado aporte nutrimental que garantice cubrir las exigencias de un tiempo de comida importante como es el almuerzo, comida que debe aportar al menos del 45-50% del aporte energético diario requerido para un adulto sano, por lo tanto, se detalla los menús:

Figura 8
Menú 1 - Bon Appetit Tulcaneco

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
<ul style="list-style-type: none"> • Consome de pollo • Arroz con pollo • Ensalada rusa con carne a la plancha • Jugo • Fruta 	<ul style="list-style-type: none"> • Crema de zapallo • Arroz / menestra con pescado frito • Ensalada de frejol • Jugo • Gelatina 	<ul style="list-style-type: none"> • Menestrón • Estofado de pollo • Enrollado de atún • Ensalada fría • Jugo • Snack 	<ul style="list-style-type: none"> • Locro de nabo • Seco de carne • Arroz/ pure con carne apanada • Jugo • Fruta 	<ul style="list-style-type: none"> • Caldo de lenteja • Sango de camarón • Ensalada campera con pollo al jugo • Jugo • Snack

Figura 9
Menú 2 - Bon Appetit Tulcaneco

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
<ul style="list-style-type: none"> • Sopa de quinoa • Pollo con champiñones • Papitas gratinadas • Ensalada cruda 	<ul style="list-style-type: none"> • Crema de Apio • Res al jugo • Macarrones con queso • Ensalada de hortalizas 	<ul style="list-style-type: none"> • Sopa de arveja seca • Canelones de pollo con espicana • Ensalada de zanahoria con pimientos 	<ul style="list-style-type: none"> • Sopa de fideo • Ceviche de pescado • Canguil y chifles 	<ul style="list-style-type: none"> • Sopa de sambo • Sándwich de lomo o pollo • Papas fritas • Tarta de limón

Todos los días se sirve arroz

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

- El estudio permitió conocer cuáles son las características sociodemográficas de los servidores públicos que trabajan en las instituciones públicas que están ubicadas alrededor del parque Ayora de la ciudad de Tulcán, donde se identificó los gustos y preferencias de los clientes potenciales. Es importante detallar que el catering, es un servicio que, no es utilizado por los Tulcanesños, por lo tanto, se considera una oportunidad para poner en marcha este proyecto, donde se ofrezca un servicio de calidad, calidez, innovación y exclusividad

- Existen las condiciones favorables en el mercado para la apertura de un nuevo negocio de servicio de catering como lo confirma la investigación de mercado donde se identificó factores relevantes que espera la población, ofrezca este nuevo local, debido a que no se siente bien atendidos con los que actualmente están funcionando

- Las necesidades demandadas por el mercado e identificadas en la investigación de mercado, pueden ser cubiertas por el proyecto planteado, en virtud de que ofrecerá un servicio de alimentación en un área donde existe un déficit de oferta de alimentos preparados para los empleados de las empresas que actualmente se encuentran ubicadas y para las que en el futuro se podrían situarse en el sector

- Se estableció diferentes opciones de menús gastronómico para cada tipo de evento que se requiera, se fijó el precio con base en la encuesta realizada y considerando el análisis de costos de preparación de los menús que se proponen, donde es necesario que las estrategias comunicacionales para impulsar a la empresa de servicios de alimentación catering, se lo realice mediante las redes sociales.

6.2. Recomendaciones

- Para la implementación de la creación de la empresa de servicios alimentaciones de catering se debe elaborar un plan de acción (cronograma), en el que se establezcan todos los pasos y tiempos de ejecución, para la puesta en marcha, con la finalidad de cubrir la demanda del sector. Para la creación del plan de acción se deben tomar en cuenta los estudios técnicos, financieros, administrativos y operativos
- Establecer acuerdos con proveedores para mantener los precios de materia prima, materiales e insumos a largo plazo y de esta manera conservar la rentabilidad del proyecto en el caso que se dieran variaciones imprevistas en los precios y así evitar la subida del producto final que es entregado a los clientes
- La infraestructura física deberá sujetarse a los lineamientos técnicos y a las normativas que exige el Ministerio de Turismo para su funcionamiento y categorización, así como cumplir con las normativas ambientales que exige el Ministerio del Ambiente, para aportar a la sustentabilidad del medio ambiente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguirre, F. (2021). El cliente: definición de uno de los actores clave del éxito empresarial. <https://www.appvizer.es/revista/relacion-cliente/software-crm/definicion-cliente>
- Alba, E. (2022). Diseño de un Plan de Negocios para la creación de una empresa de Cateringde Eventos Sociales en el Cantón Cayambe. <http://repositorio.unibe.edu.ec/xmlui/handle/123456789/485>
- Alcarria, J. (2016). *Contabilidad Finaciera I*. España: Universitat Jaume. Obtenido de https://elibro.net/es/ereader/utnorte/51612?fs_bisac_id=372&fs_bisac_id_lb=Contabilidad_%2F_General&fs_q=estudio_finaciero&prev=fs
- Alejandro, K. y Ramos, B. (2018). Propuesta de reestructuración del área de producción de una empresa de catering “Mary Sazón” ubicada en la ciudad de Guayaquil. <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/30723/1/TESIS%20Gs.%20253%20-%20reestructurac%20area%20produc%20de%20una%20emp.%20catering.pdf>
- Aranday, F. R. (2018). Formulación y evaluación de proyectos de inversión: Una propuesta Metodológica. México: Instituto Mexicano de Contadores Públicos. <https://elibro.net/es/ereader/utnorte/116949?prev=as>
- Araujo, D. (2012). Proyectos de inversión: análisis, formulación y evaluación práctica. México: Trillas.
- Arias, F. (2012). El Proyecto de Investigación Introducción a la metodología científica. 6ª Edición. <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf-1.pdf>
- Baca, G. (2016). Metodologia de la investigación. Evaluación de Proyectos sexta edición https://www.academia.edu/13450952/Evaluacion_de_Proyectos_6ta_ed_Gabriel_Baca_Urbina
- Barros, T. (2011). Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicio de catering en la ciudad de Quito, provincia de Pichincha, Ecuador. <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/1785>
- Batista, N., y Estupiñán, J. (2018). Gestión empresarial y posmodernidad. Ablibitum S. A.

- https://www.researchgate.net/publication/339630971_Gestion_Empresarial_y_Posmodernidad
- Bedor, K. & Torres, A. (2016). Propuesta de factibilidad para implementar compañía de catering en la empresa PROEXPO S.A. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/19944>
- Castillo, M. (2015). Estrategias para el sector de la economía saludable localizado en el norte de Quito. Caso: alimentos preparados por empresas de catering para eventos. Quito, 2015, 138 p. Tesis (Maestría en Dirección de Empresas). Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador. Área de Gestión <http://hdl.handle.net/10644/4865>
- Castillo, L., Zula, J. y Carrión. L. (2016). Estudio mercado del servicio de catering para las empresas CONSEP y CONQUITO. En Ecuador. <https://www.uv.mx/iiesca/files/2016/11/08CA201601.pdf>
- Castro, J. (2022). ¿Qué es un estado de flujo de efectivo y cuáles son sus objetivos? <https://blog.corponet.com/que-es-un-estado-de-flujo-de-efectivo-y-cuales-son-sus-objetivos>
- Catacora, F. (2012). Contabilidad. Venezuela: Red Contable Publicaciones. <https://es.scribd.com/document/431102873/Catacora-contabilidad-la-base-para-las-decisiones-gerenciales-pdf>
- CERTUS (2021). Cuáles son los 4 estados financieros bajo NIIF y cuál es su importancia. <https://www.certus.edu.pe/blog/estados-financieros-bajo-niif/#1-%C2%BFQue-es-el-Estado-de-Situacion-Financiera-antes-llamado-Balance-General>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL] (2016). Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40155/24/S1801141_es.pdf
- Constitución de la República del Ecuador. (2008). Constitución de la República del Ecuador. https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL] (2015). El costo de la doble carga de malnutrición: impacto social y económico. Síntesis del estudio piloto en Chile, Ecuador y México. <https://docs.wfp.org/api/documents/WFP-0000110354/download/>

- Chávez, M. (2010). Estudio de localización para una Empresa fabricante de Herramientales.
<http://www.ptolomeo.unam.mx:8080/xmlui/bitstream/handle/132.248.52.100/1398/Tesis.pdf?sequence=1>
- Chiliquinga, M. P., y Vallejos, H. M. (2017). Costos: Modalidad ordenes de producción. Editorial UTN (Universidad Técnica del Norte).
<http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/7077>
- Chinga, J., & Gómez, S. (2023). Gestión administrativa en las empresas de servicios de catering del cantón Portoviejo, Manabí, Ecuador. *Revista científica multidisciplinaria arbitrada yachasun*. 7(12), 251–274.
<https://doi.org/10.46296/yc.v7i12.0286>
- Díaz, J. A. (2019). *Evaluación Financiera de Proyectos*. Bogotá: Ediciones de la U.
https://elibro.net/es/ereader/utnorte/127094?fs_bisac_id=372&fs_bisac_id_lb=Contabilidad__%2F__General&prev=fs&fs_q=evaluacion__financiera__de__proyectos
- Encuesta Nacional de Salud y Nutrición – [ENSANUT] (2018). Ficha de la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición. Tomo 1.
https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/ENSANUT/ENSANUT_2018/Principales%20resultados%20ENSANUT_2018.pdf
- Ferrer, O., y Hartline, M. (2012). Estrategia de marketing. México: Cengage Learning.
<http://www.elmayorportaldegerencia.com/Libros/Mercadeo/%5BPD%5D%20Libros%20-%20Estrategia%20de%20Marketing.pdf>
- Flores, A. (2015). Plan de negocios para las pequeñas empresas. Primera edición: Bogotá, Colombia, octubre de 2012. <https://download.e-bookshelf.de/download/0003/5742/48/L-G-0003574248-0006890503.pdf>
- Gaffar, A., Pervin, R., Mahmud, S., (2018). Understanding the Service Quality and Customer Satisfaction of Mobile Banking in Bangladesh: Using a Structural Equation Model. *Global Business Review*.
<https://doi.org/10.1177/0972150918795551>
- Guambi, D. y Melo, A (2015). Manual de procedimientos en el área operativa para una empresa de catering.
https://rraae.cedia.edu.ec/Record/UTE_ed31f3f012bfc29efbbb14148e96bfce

- Guevara, G., Verdesoto, A., Castro, N. (2020). Metodologías de investigación educativa descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción. *Revista Científica Mundo de la Investigación y el Conocimiento*. RECIMUNDO. Editorial Saberes del Conocimiento. <http://recimundo.com/index.php/es/article/view/860>
- Guiza, U. G. (2016). *Contabilidad Financiera*. Bogotá: Ediciones de la U. https://elibro.net/es/ereader/utnorte/70282?fs_bisac_id=372&fs_bisac_id_lb=Contabilidad_%2F_General&fs_q=estudio_financiero&prev=fs
- Hernández, José Luis (2005). *Análisis Financiero*. Perú. www.gestiopolis.com/canales5/fin/anfinancier.htm.
- Imbaquingo, I. (2019). La oferta y la calidad del servicio en el sector restaurantes de la ciudad de Tulcán en el primer trimestre del 2019. <http://repositorio.upec.edu.ec/handle/123456789/853>
- Iñigo, R. y Iosune, V. (2010). Guía para la elaboración de proyectos. https://www.pluralismoyconvivencia.es/upload/19/71/guia_elaboracion_proyectos_c.pdf
- Fernández, A. Martínez, R., Carrasco, I. y Palma, A. (2017). Impacto social y económico de la doble carga de la malnutrición: modelo de análisis y estudio piloto en Chile, el Ecuador y México. <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/42535>
- Kirberg, A. S. (2016). *El Marketing como Estrategia de Emprendimiento*. Bogotá: Ediciones de la U. <https://elibro.net/es/ereader/utnorte/93368?prev=as>
- Kotler, P., Bloom, P. y Hayes, T. (2004). *Principios de Marketing*, Segunda Edición, de Randall Geoffrey, Segunda edición, Thomson Editores Sapin,
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2008). *Fundamentos del marketing* 8va Edición. Pearson Educación.
- Kotler, P. & Keller, K. (2012). *Dirección de Marketing*. Decimocuarta edición. PEARSON EDUCACIÓN, México. <https://www.montartuempresa.com/wp-content/uploads/2016/01/direccion-de-marketing-14edi-kotler1.pdf>
- Melo, C. (2011). Proyecto de Factibilidad para la implementación de una empresa prestadora de servicios de catering social temático.
- Meza, S., Zàrate, J., & Bastita, D. (2019). *Investigación en el desarrollo de proyectos*. México: Grupo Editoria Èxodo.

https://elibro.net/es/ereader/utnorte/130324?as_all=tipos__de__investigacion__de__proyectos&as_all_op=unaccent_icontains&as_title_type=MAGAZINE,BOOK,BOOK,MAGAZINE&as_title_type_op=in&prev=as

Ministerio de Turismo (2018). Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas. Acuerdo Ministerial 53. Registro Oficial Edición Especial 575 de 05-oct.-2018 Estado: Vigente. https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2018/11/Reglamento-de-alimentos-y-bebidas_OCTUBRE.pdf

Molina, O. (2014). EcuRed. https://www.ecured.cu/Calidad_de_los_Servicios

Mora, D. (2019). Determinación y análisis del punto de equilibrio con relación a los costos fijos y variables para la toma de decisiones <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/13651>

Navarrete, J. A. (2018). Modulo Administracion Financiera. Bogotá: Ediciones USTA. <https://elibro.net/es/ereader/utnorte/126090?prev=as>

Ocaña, P, & Freire, T. (2021). Impacto de la gestión de redes sociales en las empresas gastronómicas. *Chakiñan, Revista De Ciencias Sociales Y Humanidades*, 16, 52-67. <https://doi.org/10.37135/chk.002.16.03>

Organización Mundial de la Salud [OMS] (2019). Diez cuestiones de salud que la OMS abordará este año. <https://www.who.int/es/news-room/spotlight/ten-threats-to-global-health-in-2019>

Organización Mundial de la Salud [OMS] (2020). COVID-19 e inocuidad de los alimentos: orientaciones para las empresas alimentarias. Orientaciones provisionales. https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/331856/WHO-2019-nCoV-Food_Safety-2020.1-spa.pdf

Organización Mundial de la Salud [OMS] (2021). Malnutrición. Datos y cifras. <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/malnutrition>

Organización Mundial de la Salud [OMS] (2021). Plan de acción para formular y aplicar políticas públicas relativas a la adquisición de alimentos y los servicios de restauración en pro de la salubridad de la alimentación. <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/338525/9789240018341-eng.pdf>

Organización Mundial de la Salud [OMS] (2023). Estadísticas de salud mundial 2023 de la OMS. <https://amiif.org/estadisticas-de-salud-mundial-2023-de-la-oms/>

- Organización Panamericana de la Salud [OPS] (2021). Prevención de la Obesidad. [https://www.paho.org/es/temas/prevencion-obesidad#:~:text=La%20Regi%C3%B3n%20de%20las%20Am%C3%A9ricas%20tiene%20la%20prevalencia%20m%C3%A1s%20alta,60.9%25%20de%20las%20mujeres\).](https://www.paho.org/es/temas/prevencion-obesidad#:~:text=La%20Regi%C3%B3n%20de%20las%20Am%C3%A9ricas%20tiene%20la%20prevalencia%20m%C3%A1s%20alta,60.9%25%20de%20las%20mujeres).)
- Peña, E. (2009). Módulo de formulación y evaluación de proyectos. <http://www.esap.edu.co/portal/wp-content/uploads/2017/10/3-Proyectos-de-Desarrollo.pdf>
- Puga, G. y Sumba. (2022). Proyecto de Inversión para la implementación de un Centro Especializado de Trasplante Hepático y Renal en el Centro de Innovación de la Salud (CIS) de la Universidad de Cuenca. Periodo: 2021. <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/37970/1/Trabajo%20de%20Titulaci%C3%B3n.pdf>
- Quevedo, P. (2019). La malnutrición: más allá de las deficiencias nutricionales. Trabajo Social 21 (1): 219-239. Bogotá: Departamento de Trabajo Social, Facultad de Ciencias Humanas, Universidad Nacional de Colombia. <https://doi.org/10.15446/ts.v21n1.71425>
- Rotondo, C. (2021). Plan de negocios de catering “Entre Dulce & Salado”, para recuperar el consumo de la comida tradicional peruana - Bellavista, Callao. <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/8355/Rotondo%20Cabrera,%20Carmen%20Giovanna.pdf?sequence=1>
- Urda, E. (2016). Servicio básico de alimentos y bebidas y tareas de postservicio en el restaurante. Madrid: Ediciones Paraninfo S.A. <https://www.paraninfo.es/catalogo/9788428396837/uf0059---servicio-basico-de-alimentos-y-bebidas-y-tareas-de-postservicio-en-el-restaurante>
- Uribe, J. A. (2015). *Proyectos de inversión para las pyme*. Bogotá: Ecoe Ediciones. <https://elibro.net/es/ereader/utnorte/70421?prev=bf>
- Sierra, L. M., López, M., Pérez, A., Maza, C., Senese, A., Van Aanholt, D., Rodríguez, J. K., Sepúlveda, C., Cortes, Y., Sanchez, P., Pérez, M. B., Andrade, M. B., Rivas, S., Sendrós, M. J., Nava, E., Joy, L., Panduro, G., Céspedes, B., Baptista, T., & Texeira Panizza, M. A. (2021). Código de ética del Nutricionista Clínico de la FELANPE. *Revista De Nutrición Clínica Y Metabolismo*, 4(Sup). <https://doi.org/10.35454/rncm.v4nSup.338>

- Silva, E., & Luján, L. (2022). Modelo teórico de gestión de la calidad del servicio para promover la competitividad de los restaurantes de cocina tradicional de la costa ecuatoriana. *Siembra*, 9(1), e3594. <https://doi.org/10.29166/siembra.v9i1.3594>
- Trujillo, C., Lomas, R., Naranjo, M., & Merlo, M. (2019). Investigación Cualitativa. Epistemología, métodos cualitativos, ejemplos prácticos, entrevistas en profundidad. Editorial Universidad Técnica del Norte. Ibarra – Ecuador. Primera edición. <https://docer.com.ar/doc/nscx5nx>
- Vincent, G. (2015). Success In the Food Catering Business. A guide to starting a food catering business. London: eBookIt.com. <https://es.scribd.com/book/310533366/Success-In-the-Food-Catering-Business>
- Zárate, J., Sánchez, S. M., & García, J. D. (2021). *Investigacion en el Desarrollo de Proyecto*. Mexico: Grupo Editorial Éxodo. <https://elibro.net/es/ereader/utnorte/130324?prev=as>
- Zambrano, J., Suarez, G., & Ramírez, L. (2019). Factores determinantes que influyen en la calidad de los servicios de salud a estudiantes del quinto semestre. Facultad de ciencias de la salud. Departamento de bienestar universitario. Universidad técnica de Babahoyo. 2018. *Revista Pertinencia Académica*. ISSN 2588-1019, 3(3), 107–122. <https://revistas.utb.edu.ec/index.php/rpa/article/view/2648>

ANEXOS

Anexo 1

Cuestionario aplicado a funcionarios de las instituciones del sector público



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Resolución No. 001-073 CEAACES-2013-13

FACULTAD DE POSGRADO

ENCUESTA PARA SERVIDORES PÚBLICOS

Objetivo: Esta encuesta es el instrumento para la recolección de información referida a la: “DEMANDA Y PROPUESTA DE SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN (CATERING) EN LAS ENTIDADES PÚBLICAS DE LA CIUDAD DE TULCÁN PERIODO 2020 – 2021”. Es parte del trabajo de titulación en la Maestría de Nutrición y Dietética de la Universidad Técnica del Norte y se aplica a los servidores públicos que laboran en el Gobierno Autónomo Descentralizado de la ciudad de Tulcán, Gobierno Provincial del Carchi, Dirección Provincial de Salud, Dirección Provincial del IESS, Dirección Provincial de Educación y Gobernación del Carchi.

La encuesta consta de 21 preguntas, y demanda su participación con una duración aproximada de 10 minutos. Es anónima para garantizar la confidencialidad de los datos obtenidos en este proceso, la misma será utilizada solo para fines académicos.

Características sociodemográficas:

Género	Masculino		Femenino	
---------------	-----------	--	----------	--

Edad	18 a 29		30 a 39		40 a 64	
-------------	---------	--	---------	--	---------	--

Etnia	Blanca		Mestiza		Indígena		Afroecuatoriano	
--------------	--------	--	---------	--	----------	--	-----------------	--

Estado civil	Soltero/a		Casada/o		Unión libre		Divorciado/a		Viudo/a	
---------------------	-----------	--	----------	--	-------------	--	--------------	--	---------	--

Lugar de procedencia	Urbano		Rural	
-----------------------------	--------	--	-------	--

Nivel de instrucción	Sin Instrucción		Educación básica		Bachiller		Educación superior	
-----------------------------	-----------------	--	------------------	--	-----------	--	--------------------	--

Actividad laboral	Prestadora de servicios		Empleado/a privada		Empleado/a público		Negocio Propio	
--------------------------	-------------------------	--	--------------------	--	--------------------	--	----------------	--

1. ¿Alguna vez ha contratado servicio para la realización u organización de un evento social?

- Si
- No

2. De la siguiente lista, marcar con una X los 5 criterios más relevantes para elegir un servicio de catering o buffet

- Que la empresa sea reconocida en la ciudad
- Que los precios sean accesibles
- Por recomendación de conocidos
- Por experiencia con la empresa
- Por experiencia de la empresa
- Servicio de buffet
- Servicio de mesero
- Servicio de atención al cliente
- Variedad en platos
- Que la empresa se especialice en un tipo de evento

3. ¿Para qué tipo de evento ha contratado los servicios?

- Matrimonio
- Bautizo
- Fiesta de cumpleaños
- Graduaciones
- Reunión familiar
- Seminarios y talleres
- Otros, especifique: _____

4. ¿Qué tipos de catering preferiría en su evento?

- Recepción buffet
- Aperitivos
- Coffee Break
- Coctel
- Otros, especifique: _____

5. ¿Cuántas comidas al día, consume?

- Una
- Dos
- Tres
- Ninguna

6. ¿Qué clase de comida normalmente prefiere consumir?

- Comida típica
- Comida hecha en casa
- Comida vegetariana
- Comida rápida
- Otra comida

7. ¿Se siente satisfecho con los alimentos que consume?

- Si
- No
- Indiferente

8. ¿Sería de su agrado que le ofrezcan menús a domicilio o en su lugar o en el trabajo?

- Si
- No

9. ¿Qué opción es de su preferencia para un menú?

- Plato fuerte más bebida
- Plato fuerte
- Plato fuerte más bebida más postre
- Entrada, más plato fuerte, más bebida, más postre
- Otra opción.....

10. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por el menú a domicilio?

- Tres cincuenta dólares

- Cuatro dólares
- Cinco dólares
- Otro valor (especifique por favor)

11. ¿Conoce o ha escuchado de alguna empresa que oferte el servicio de (comidas y bebidas) a domicilio?

- Si
- No
- Cual

12. ¿Qué es lo que le interesaría en la propuesta de menú? Marque una opción por favor.

- La cantidad de las porciones
- Variedad de platos
- Platos típicos y de temporada

13. ¿Qué tipo de servicio prefiere? Por favor marque una opción

- Rápido y diligente
- Cálido y amable
- Especializado

14. ¿Cómo le interesaría que se promocióne el servicio y la empresa de “CATERING”?

- Hojas volantes
- Trípticos
- Banners
- Redes sociales
- Radio

¡Muchas gracias por su colaboración!