



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
FACULTAD DE TURISMO, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA

ADMINISTRACIÓN HOTELERA

TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN
GESTIÓN HOTELERA

TEMA:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN ESTABLECIMIENTO
DE CATERING Y EVENTOS EMPRESARIALES DIRIGIDO AL PARQUE
INDUSTRIAL TURUBAMBA (PIT) UBICADO EN GUAMANÍ EN EL SUR DE QUITO”.**

AUTOR:

FERNANDO JAVIER CHIRIBOGA TAPIA

DIRECTOR DE TESIS:

LIC. CARLOS SILVA MSc.

ABRIL - 2015

QUITO-ECUADOR

DECLARACIÓN JURAMENTADA

Yo, **Fernando Javier Chiriboga Tapia**, con C.I.: 171995455-2, declaro bajo juramento que el trabajo de titulación desarrollado es de mi completa autoría, toda la información y bibliografía utilizada es de fuentes de investigación y se encuentran debidamente detalladas en este documento.

Por medio de la presente certificación, cedo los derechos de propiedad intelectual correspondientes a este proyecto a la, **UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL**, según lo establecido por la ley y la normativa vigente de la Institución.

Fernando J. Chiriboga T.

C.I.:171995455-2

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo a;

A Dios,

Por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado la salud necesaria para lograr mis objetivos propuestos, además de su infinita bondad y amor.

A mi esposa,

Por el apoyo incondicional, por haber sido mi compañera de estudio todas las noches y sobre todo por el amor y confianza depositada en mí, cuando pensé que ya no había oportunidad para lograrlo. Te amo.

A mis hijos,

Ariana, Emilio y Noa, ustedes son el motor que me impulsa a seguir en todas las metas propuestas en mi vida, gracias por el apoyo y el amor que me dan.

A mis Padres,

Por el amor, por la vida, por la perseverancia, por las enseñanzas que me han dado, gracias por el apoyo y por estar presentes cuando más los he necesitado. Raúl y Elsa este trabajo es para ustedes.

A mis hermanos, a mi familia y a mis amigos,

A todas las personas que estuvieron presentes en este proceso de mi vida y por el apoyo brindado.

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer en primer lugar a Dios por la bendición y las oportunidades que me ha dado, agradezco a mi familia por brindarme el apoyo tanto moral y económico para lograr el objetivo trazado en mi vida para un futuro mejor.

A la UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL, por la enseñanza y la formación como Hotelero y por su esfuerzo de formar profesionales íntegros.

De igual manera agradezco a mis formadores, en especial a mi Director de Tesis Lic. Carlos Silva MsC. por su profesionalismo y acertada dirección del presente proyecto.

Muchas Gracias.....

ÍNDICE DE CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO	XII
ABSTRACT	XIV
CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN.	1
1.1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.	1
<i>1.1.1. Planteamiento y formulación del problema.</i>	<i>1</i>
<i>1.1.2. Justificación e Importancia del Tema.</i>	<i>3</i>
<i>1.1.3. Delimitación del Tema:</i>	<i>4</i>
1.1.3.1. Delimitación Espacial	4
1.1.3.2. Delimitación Temporal	4
<i>1.1.4. Formulación del problema.</i>	<i>4</i>
<i>1.1.5. Objetivos de la investigación.</i>	<i>4</i>
1.1.5.1. Objetivo Principal.	4
1.1.5.2. Objetivos Secundarios.	4
1.2. MARCO TEÓRICO.	5
<i>1.2.1. El Catering.</i>	<i>5</i>
1.2.1.1. Historia y origen en el mundo.	5
1.2.1.2. Concepto de Catering	7
1.2.1.3. Definición de Catering Industrial o Empresarial.	8
1.2.1.4. Normas y condiciones de Seguridad que deben seguir y tener las empresas de Catering.	10
1.2.1.5. Los Eventos Empresariales y Corporativos.	16
1.2.1.6. Tipos de Eventos empresariales.	17
1.2.1.7. Visión del Catering y eventos en el mundo empresarial.	20
1.2.1.8. Implementación del catering y desarrollo de eventos en el sector empresarial del Ecuador.	21
1.2.1.9. Participación del Ecuador en la ICCA.	23
1.3. MARCO LEGAL.	26
<i>1.3.1. Organismo Rector de las operaciones de Turismo en Ecuador.</i>	<i>27</i>
<i>1.3.2. Beneficios que brinda el Organismo Rector a proyectos turísticos.</i>	<i>27</i>
1.3.2.1. Criterios para la calificación de proyectos turísticos.	27

1.3.3. Constitución de la Empresa. _____	29
1.3.3.1. De acuerdo a la Superintendencia de Compañías. _____	29
1.3.3.2. De acuerdo al Servicio de Rentas Internas. _____	30
1.3.3.3. De acuerdo a la personería Jurídica del proyecto. _____	31
1.3.3.4. Registro en el Ministerio de Turismo. _____	31
1.3.3.5. Contribución del 1 x 1000 Establecimientos turísticos registrados. _____	33
1.3.3.6. Licencia anual de funcionamiento. _____	34
CAPÍTULO 2. ESTUDIO DE MERCADO. _____	35
2.1. OBJETO DE ESTUDIO. _____	35
2.2. OBJETIVO GENERAL. _____	35
2.3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS. _____	35
2.4. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN. _____	36
2.4.1. Tipos de Investigación. _____	36
2.4.2. Técnicas de Obtención de información. _____	37
2.5. POBLACIÓN Y MUESTRA _____	38
2.5.1. Población: _____	38
2.5.2. Análisis e Interpretación de resultados _____	40
2.5.2.1. Análisis e interpretación de la encuesta aplicada a empleados y trabajadores. _____	41
2.5.2.2. Análisis e Interpretación de las encuestas aplicadas a representantes de las empresas. _____	57
2.5.3. Conclusiones y recomendaciones del Estudio de Mercado. _____	71
2.5.3.1. CONCLUSIONES _____	71
2.5.3.2. RECOMENDACIONES: _____	72
2.6. DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA. _____	73
2.6.1. Razón Social. _____	73
2.6.2. Logotipo. _____	74
2.6.3. Misión. _____	75
2.6.4. Visión. _____	75
2.6.5. Valores Corporativos. _____	76

2.6.6. <i>Objetivos Organizacionales.</i>	77
2.6.6.1. Objetivo General.	77
2.6.6.2. Objetivos Específicos.	77
2.6.7. <i>Estrategias de Comercialización.</i>	77
2.6.7.1. Estrategias de Precios.	78
2.6.7.2. Estrategias de producto y servicio.	79
2.6.7.3. Estrategias de Distribución.	80
2.6.7.4. Estrategias de Promoción o Comunicación.	82
2.6.7.5. Presupuesto de la campaña publicitaria y el plan de medios electrónicos e impresos.	87
2.7. ANÁLISIS DE LA OFERTA Y LA DEMANDA	87
2.7.1. <i>OFERTA</i>	87
2.7.2. <i>DEMANDA</i>	88
2.7.3. <i>Análisis FODA</i>	89
CAPITULO 3. RESULTADOS	91
ANÁLISIS Y EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO.	91
3.1. ESTUDIO TECNICO	91
3.1.1. <i>Localización.</i>	92
3.1.1.1. Macro localización.	92
3.1.1.2. Micro localización	93
3.1.1.3. Factores que determinan la mejor ubicación del proyecto.	94
3.1.2. <i>Tamaño y Capacidad del proyecto.</i>	96
3.1.3. <i>Diseño y Distribución del proyecto.</i>	97
3.1.3.1. Especificaciones Generales de las diferentes áreas de FJ Catering Solutions.	99
3.1.4. <i>-Presupuesto de Inversión</i>	106
3.1.4.1. Recursos Materiales para el proyecto.	107
3.1.4.2. Inversión en Recurso Humano	119
3.1.4.3. Presupuesto de imprevistos del proyecto.	124
3.1.4.4. Cronograma de inversión del proyecto.	124
3.1.4.5. Detalle del producto y servicio.	125

3.1.4.6.	Presupuesto mensual de Servicios Básicos para la inversión _____	128
3.1.4.7.	Capital de Trabajo. _____	128
3.1.4.8.	Presupuesto de Financiamiento de la Inversión. _____	129
3.2.	ANÁLISIS ECONÓMICO-FINANCIERO DEL PROYECTO. _____	131
3.2.1.	<i>Presupuesto de Ingresos</i> _____	131
3.2.2.	<i>Presupuesto de Costos o Egresos.</i> _____	134
3.2.2.1.	Costos directos de producción _____	135
3.2.2.2.	Costos Indirectos de Producción _____	137
3.2.3.	<i>Presupuesto de Gastos</i> _____	138
3.2.3.1.	Gastos Administrativos. _____	138
3.2.3.2.	Gastos de Ventas. _____	141
3.2.3.3.	Gastos Financieros _____	141
3.2.4.	<i>Proyección de Costos y Gastos</i> _____	142
3.3.	EVALUACIÓN FINANCIERA Y ECONÓMICA DEL PROYECTO. _____	143
3.3.1.	<i>Estado de Resultados.</i> _____	143
3.3.2.	<i>Flujo de Fondos.</i> _____	145
3.3.3.	<i>Indicadores Financieros</i> _____	146
3.3.3.1.	Valor Actual Neto (VAN) _____	146
3.3.3.2.	Tasa Interna de Retorno. _____	148
3.3.3.3.	Relación Beneficio – Costo. _____	151
3.3.3.4.	Periodo de Recuperación de la Inversión. _____	152
3.3.3.5.	Punto de Equilibrio. _____	153
3.3.3.6.	Razones Financieras. _____	154
CAPITULO 4.	DISCUSIÓN _____	157
4.1.	CONCLUSIONES. _____	157
4.2.	RECOMENDACIONES. _____	159
REFERENCIAS	_____	160
ANEXOS.	_____	162

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Industrias y Empresas ubicadas en el PIT	38
Tabla 2. Detalle de Empresas ubicadas en el PIT	40
Tabla 3. Pregunta 1 Tabulación.....	42
Tabla 4. Pregunta 2 Tabulación.....	43
Tabla 5. Pregunta 2.1 Tabulación.....	43
Tabla 6. Pregunta 3. Tabulación.....	44
Tabla 7. Pregunta 4. Tabulación.....	45
Tabla 8. Pregunta 5. Tabulación.....	46
Tabla 9. Pregunta 6. Tabulación.....	47
Tabla 10. Pregunta 6.1. Tabulación.....	48
Tabla 11. Pregunta 7. Tabulación.....	49
Tabla 12. Pregunta 8. Tabulación.....	50
Tabla 13. Pregunta 8.1. Tabulación.....	50
Tabla 14. Pregunta 9. Tabulación.....	52
Tabla 15. Pregunta 10. Tabulación.....	53
Tabla 16. Pregunta 11. Tabulación.....	54
Tabla 17. Pregunta 12. Tabulación.....	55
Tabla 18. Pregunta 13 Tabulación.....	56
Tabla 19. Pregunta 1. Tabulación.....	57
Tabla 20. Pregunta 2. Tabulación.....	58
Tabla 21. Pregunta 3. Tabulación.....	59
Tabla 22. Pregunta 4. Tabulación.....	60

Tabla 23. Pregunta 5. Tabulación.....	61
Tabla 24. Pregunta 6. Tabulación.....	62
Tabla 25. Pregunta 7. Tabulación.....	63
Tabla 26. Pregunta 8. Tabulación.....	64
Tabla 27. Pregunta 9. Tabulación.....	65
Tabla 28. Pregunta 10. Tabulación.....	66
Tabla 29. Pregunta 11. Tabulación.....	67
Tabla 30. Pregunta 12. Tabulación.....	68
Tabla 31. Pregunta 13. Tabulación.....	69
Tabla 32. Pregunta 14. Tabulación.....	70
Tabla 33. Presupuesto de la campaña publicitaria	87
Tabla 34. Análisis FODA del proyecto	89
Tabla 35. Distribución de las Instalaciones de FJ Catering Solutions.	98
Tabla 36. Sistemas de Construcción aplicados al proyecto.	107
Tabla 37. Balance de Obra Civil. Especificaciones del Proyecto expresado en USD	111
Tabla 38. Costo del Terreno para Instalar FJ Catering Solutions	112
Tabla 39. Presupuesto de Mobiliario y Equipos para FJ Catering Solutions	113
Tabla 40. Presupuesto de Vehículos	115
Tabla 41. Presupuesto de Menaje, Vajilla, Equipo de Transporte de alimentos.....	116
Tabla 42. Inversión Total en Activos Fijos	117
Tabla 43. Tabla de Depreciación de Activos Fijos	117
Tabla 44. Presupuesto Activos Diferidos.....	118
Tabla 45. Amortización de Activos Diferidos	118

Tabla 46. Presupuesto de Inversión para Recurso Humano	119
Tabla 47. Rol de Provisiones Recurso Humano.....	123
Tabla 48. Cronograma de Inversión de FJ Catering Solutions.	125
Tabla 49. Costo Propuesta de Menú Casero	127
Tabla 50. Propuesta 2 Menú Ejecutivo	127
Tabla 51. Presupuesto mensual de Servicios Básicos	128
Tabla 52. Capital de Trabajo	129
Tabla 53. Estructura del financiamiento del Proyecto	130
Tabla 54. Financiamiento Crédito CFN	130
Tabla 55. Detalle de Unidades vendidas mensualmente	133
Tabla 56. Temporalidad Anual de las ventas.	133
Tabla 57. Presupuesto de Ingresos Anuales	134
Tabla 58. Presupuesto de Costos.....	135
Tabla 59. Temporalidad en Costos.....	135
Tabla 60. Proyección del Costo de Materia Prima.....	135
Tabla 61. Mano de Obra Directa.....	136
Tabla 62. Proyección anual de la Mano de Obre Directa.....	136
Tabla 63. Insumos Indirectos de Fabricación.....	137
Tabla 64. Proyección de Costo de Mantenimiento	137
Tabla 65. Remuneración Mano de Obra Indirecta	138
Tabla 66. Proyección de Mano de Obra indirecta.....	138
Tabla 67. Servicios Básicos Administrativos.....	139
Tabla 68. Proyección de Materiales de Oficina.	139

Tabla 69. Remuneraciones Administrativas.....	140
Tabla 70. Proyección Remuneraciones Administrativas.....	140
Tabla 71. Proyección de Gastos de Ventas	141
Tabla 72. Proyección Gastos Financieros	141
Tabla 73. Proyección de Costos y Gastos	142
Tabla 74. ESTADO DE RESULTADOS.....	144
Tabla 75. FLUJO DE FONDOS DEL PROYECTO.....	145
Tabla 76. Valor Actual Neto	147
Tabla 77. Tasa Interna de Retorno TIR.....	149
Tabla 78. Relación Costo Beneficio valores actuales	151
Tabla 79. BALANCE GENERAL PROYECTADO	155
Tabla 80. Indicadores Financieros	156

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. HISTORIA Y ORIGEN DEL CATERING	6
Ilustración 2. Publicidad de una empresa de Catering.....	10
Ilustración 3. Posición de Ecuador en el ranking ICCA2012.....	24
Ilustración 4. Posición de Quito en el ranking mundial de ICCA 2012	24
Ilustración 5. Posición de Ecuador en el ranking de ICCA 2012 (En América)	25
Ilustración 6. Posición de Ecuador en el ranking de ICCA 2012 (En América)	25
Ilustración 7. Pregunta 1. Servicio de Bar o comedor	42
Ilustración 8. Pregunta 2. Consume alimentos en el bar o comedor	43
Ilustración 9. Pregunta 3 Dificultad a la hora de almorzar.	44
Ilustración 10. Pregunta 4. Cuantas veces consume alimentos en la jornada de trabajo.	45
Ilustración 11. Pregunta 5. Tipo de alimentos que consume	46
Ilustración 12. Pregunta 6. Grado de satisfacción de los alimentos que consume	47
Ilustración 13. Pregunta 6.1. Por qué?.....	48
Ilustración 14. Pregunta 7. Cuánto gastaría en alimentos.....	49
Ilustración 15. Pregunta 8. Consume alimentos sanos	50
Ilustración 16. Pregunta 8.1. ¿Por qué cree que no consume alimentos sanos?.....	51
Ilustración 17. Pregunta 9 Como le gustaría que sea su menú diario.	52
Ilustración 18. Pregunta 10. Gastos de alimentación.....	53
Ilustración 19. Pregunta 11. Realizan eventos de tipo social corporativo	54
Ilustración 20. Pregunta 12. Tipos de eventos.....	55
Ilustración 21. Pregunta 13. Contrataría servicios de Catering	56

Ilustración 22. Pregunta 1. Número de empleados/trabajadores	57
Ilustración 23. Servicio de Bar o Comedor	58
Ilustración 24. Pregunta 3. El servicio de alimentación es?	59
Ilustración 25. Pregunta 4. Calidad de servicio	60
Ilustración 26. Pregunta 5. Quién cubre con los gastos de alimentación	61
Ilustración 27. Pregunta 6. Desearía que otros proveedores brinden servicio de alimentación	62
Ilustración 28. Pregunta 7. Como le gustaría que sea el servicio?	63
Ilustración 29. Pregunta 8. Alimentos que consumen	64
Ilustración 30. Pregunta 9. Menú.....	65
Ilustración 31. Pregunta 10. Costo por alimentos.....	66
Ilustración 32. Pregunta 29. Realizan en su empresa eventos de tipo social o corporativo ...	67
Ilustración 33. Pregunta 12. Tipos de eventos.....	68
Ilustración 34. Pregunta 13. Que servicios le gustaría contratar	69
Ilustración 35. Pregunta 14. Intención de compra	70
Ilustración 36. Políticas de Precios.....	78
Ilustración 37. Distribución por ventas de la empresa.....	80
Ilustración 38. Distribución por requerimiento de los clientes.....	81
Ilustración 39. Canal de Distribución Directo.	82
Ilustración 40. Parques Industriales en Pichincha	93
Ilustración 41. Ubicación del proyecto en el Parque Industrial Turubamba	94
Ilustración 42. Fases para determinar el tamaño y capacidad del proyecto	97
Ilustración 43. Plano FJ Catering Solutions	99
Ilustración 44. Organización Estructural de FJ Catering Solutions.....	121

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Formatos de Encuestas Prueba Piloto.	162
Anexo 2. Fotos Estudio de Mercado.....	166
Anexo 3. Cotizaciones de Equipamiento	170
Anexo 4. Tabla de Amortización del Financiamiento	174
Anexo 5. Recetas Estándar FJ Catering Solutions.....	175
Anexo 6. SUGERENCIAS DE MENU PARA PERSONAL MENU 1 Y MENU 2	181
Anexo 7. Formatos para Constitución de Empresa.....	182
Anexo 8. Funciones del personal de acuerdo la naturaleza del puesto.	183

RESUMEN EJECUTIVO

El Parque Industrial Turubamba (PIT) ha experimentado un continuo crecimiento con el desarrollo de industrias de gran trayectoria que han sido reubicadas por los reordenamientos del cabildo metropolitano. En la actualidad las empresas aquí ubicadas representan el 20,41% del producto interno bruto del distrito. Por tal razón FJ Catering Solutions y después de haber realizado los respectivos estudios. Pretende incursionar en el sector ofertando los servicios integrales de alimentación para las industrias del sector.

El Estudio de mercado realizado nos indica que el 75% de las empresas encuestadas estarían interesadas en adquirir este servicio, si consideramos que estas industrias abarcan alrededor de 5000 plazas de trabajo. La intención de compra garantiza un proyecto sustentable y rentable para los inversionistas.

El Estudio Técnico determino que para la creación de la empresa es necesaria una inversión de \$355.136,64 durante un horizonte de planeación de 5 años. De los cuales se financiaría el 69% del proyecto mediante crédito bancario y con el capital de trabajo cubriríamos la operación de la empresa por 60 días, hasta generar recursos propios.

El Estudio Financiero muestra que la ejecución del proyecto resulta atractivo para los inversionistas, ya que los indicadores financieros junto con su respectivo análisis catalogan al proyecto como rentable. Durante el horizonte de planeación establecido se obtiene ganancia durante todos los periodos. Luego de realizar los cálculos respectivos determinamos que el VAN del proyecto es positivo (\$157.427,36), esto significa que la rentabilidad a obtener del proyecto supera la tasa de retorno esperada, por ende el proyecto es viable desde este punto de vista. La TIR obtenida es de 28,35%, siendo superior a la tasa de oportunidad. La relación

Beneficio – Costo es viable ya que es mayor a 1, obteniendo así ganancia de \$0,12 por cada dólar invertido en el proyecto.

Al ser este proyecto viable desde los puntos de vista financieros y técnicos, se recomienda su desarrollo y puesta en marcha.

Palabras clave:

Catering, Alimentación, Servicios, Proyecto

ABSTRACT

The Turubamba Industrial Park (PIT) has experienced continuous growth with the development of industries of high standing who have been relocated by rearrangements of the metropolitan council. Today companies located here represent 20.41% of the gross domestic product of the district. Therefore FJ Catering Solutions after making relevant studies. It aims to break into the industry offering comprehensive services supply for industries.

The Market research conducted indicates that 75% of companies surveyed would be interested in acquiring this service, considering that these industries spanning about 5000 jobs. The level of acceptance guarantees a sustainable and profitable project for investors.

The technical study determined that an investment of \$ 355.136,64 is required for the creation of the company over a planning horizon of five years. Of which 69% of the project would be financed through bank credit and would cover the operation of the company for 60 days to generate their own resources.

The Financial Study shows that project implementation is attractive to investors as financial indicators along with their analysis categorized the project as profitable. Established during the planning horizon gain is obtained for all periods. After making such calculations determined that the project NPV is positive (\$ 157.427,36), this means that profitability from the project exceeds the expected rate of return, hence the project is viable from this point of view. The IRR obtained is 28,35%, which is higher than the rate of opportunity. The benefit ratio - Cost is viable because it is greater than 1, thus obtaining profit of \$0,12 for every dollar invested in the project. As this project viable from both a financial and technical view, its development and implementation is recommended. Keywords: Catering, Food Services, Project.

CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN.

1.1. Problema de Investigación.

1.1.1. Planteamiento y formulación del problema.

El Parque Industrial Turubamba constituido en el año 2008, se encuentra ubicado en la Provincia de Pichincha, al sur de la Ciudad de Quito, abarca la Administración Zonal Quitumbe, Parroquia Turubamba, en un sector estratégicamente situado. Aquí se han situado grandes empresas del país con trayectoria de hasta 90 años, las mismas que han sido reubicadas mediante ordenanza del cabildo metropolitano en 3 sitios destinados para las diferentes actividades empresariales.

En la actualidad, el Parque Industrial Turubamba (PIT) alberga alrededor de 30 empresas, localizadas en una superficie de 159,4 ha, y genera ocupación directa para unas 5000 personas (Villalobos).

Se pueden citar: Consorcio Santo CMI S.A., Pernos y Tuercas TOPESA S.A., ETERNIT S.A., Ideal Alambrec, Industria de Acero de los Andes, Familia SANCELA del Ecuador S.A., NOVACERO, TOCARVI Transporte Pesado, INTERQUIMEC, Renovallanta, Resiflex- Duraflex. Beecons y Proquimsa entre otras. Esta zona cuenta con servicios básicos como vías de acceso, energía eléctrica, agua potable, alcantarillado, telecomunicaciones, tratamiento de aguas industriales y seguridades.

Tomando en consideración estudios anteriores se puede observar que en el Parque Industrial Turubamba, existen muy pocas empresas que brindan servicios de alimentación y catering y considerando el número de personas que ahí trabajan, se puede pensar que existe

un problema que repercute en los trabajadores, oficinistas, operarios así como en los empresarios ya que una inadecuada alimentación de los trabajadores de las empresas puede causar bajo rendimiento de los mismos y por ende disminuir la producción de las empresas. Si se toma en cuenta que el almuerzo aporta en promedio la mitad de calorías necesarias que diariamente ingieren las personas, es indispensable implementar un menú nutritivo, equilibrado, variado y sobre todo innovador en la dieta diaria de los colaboradores de una empresa, fábrica u oficina.

Es primordial recordar también que no solo en la alimentación diaria se debe tomar en cuenta estos aspectos, sino también en los diversos eventos que se desarrollan en una unidad de negocio como lo son: congresos, lanzamiento de nuevos productos, agasajos, coffee break, seminarios, capacitaciones, etc.

La falta de establecimientos cercanos que brinden un servicio adecuado, salubre y accesible para la alimentación y el limitado tiempo que las empresas destinan para la alimentación de su personal se convierten en problemas que se los pueden resolver con la implementación de establecimientos de catering y eventos empresariales que brinden servicios de calidad con la preparación y distribución de productos saludables y nutritivos.

En este contexto, la necesidad que el presente estudio pretende abarcar en este sector empresarial de la ciudad de Quito es el de realizar un estudio para la implementación de un establecimiento de catering y eventos empresariales en el parque industrial Turubamba, servicio innovador y atractivo para las empresas allí ubicadas.

1.1.2. Justificación e Importancia del Tema.

La implementación del servicio de catering y eventos empresariales, permitirá a las empresas ubicadas en el Parque Industrial Turubamba (PIB), contar con un servicio de alimentación y organización de eventos, que maneje los más altos estándares de calidad, aplicación de normas de manejo de productos, manipulación, almacenamiento, selección y sanitación de los mismos. Se suma a ello el diseño y elaboración de menús equilibrados, nutritivos e innovadores que favorezcan a preservar una salud óptima de las personas que trabajan en el sector, así como también la ingesta equilibrada de nutrientes y productos de calidad. Además se garantizará el desarrollo óptimo de los diferentes eventos empresariales, para que de esta manera las empresas puedan contar con un aliado estratégico al momento de planear un evento.

Por otro lado el proyecto aporta también con beneficios sociales, ya que su implementación generará la creación de nuevas fuentes de trabajo, ya sea directamente relacionado y no relacionado con el proyecto, esto contribuye al mejoramiento socio-económico en el sector definido de la población económicamente activa.

Garantizará también para los usuarios de estos servicios, el acceso a los mejores productos del mercado, personal calificado, así como también adopción de hábitos alimenticios sanos y necesarios para mantener una salud y peso óptimos.

Las empresas también se verán beneficiadas con este proyecto ya que al mantener a sus trabajadores en buenas condiciones de salud, también podrán mantenerse en condiciones físicas óptimas para desempeñarse de forma eficiente en sus actividades diarias.

La factibilidad para el desarrollo y ejecución del proyecto son óptimas ya que se cuenta con el talento humano capacitado para elaborar el mismo, en el ámbito financiero se

cuenta con los rubros para elaborar los respectivos estudios que respaldan el proyecto y además la información sobre el tema en mención es amplia y confiable.

1.1.3. Delimitación del Tema:

1.1.3.1. Delimitación Espacial

El proyecto se desarrollará en el Parque Industrial Turubamba, ubicado en la Panamericana Sur Km 14 y ½.

1.1.3.2. Delimitación Temporal

El proyecto se pondrá en marcha en un tiempo aproximado de un año, una vez que se consigan los respectivos permisos del municipio metropolitano.

1.1.4. Formulación del problema.

¿Es factible y rentable incursionar con el servicio de catering y eventos empresariales en el Parque Industrial Turubamba (PIT)?

1.1.5. Objetivos de la investigación.

1.1.5.1. Objetivo Principal.

Diseñar un estudio de factibilidad para la creación de un establecimiento que brinde el servicio de catering y eventos de calidad, dirigido a las empresas que forman parte del Parque Industrial Turubamba (PIT).

1.1.5.2. Objetivos Secundarios.

- Determinar la importancia del catering y eventos empresariales, y su evolución en el Ecuador.

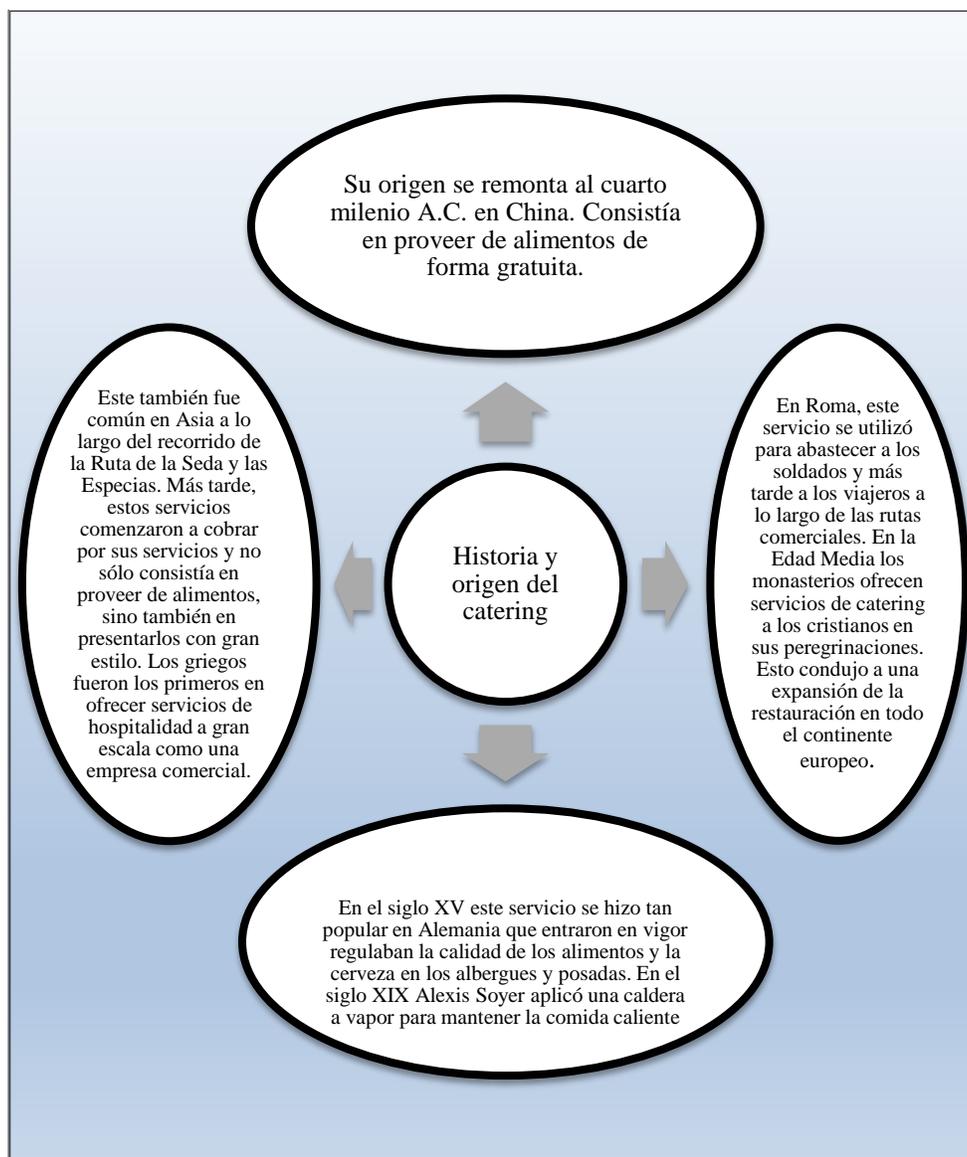
- Realizar un estudio de mercado que viabilice la implementación de la empresa en el sector.
- Establecer un plan de marketing y mercadeo para los productos y servicios que la empresa ofertara en el mercado.
- Estructurar propuestas gastronómicas atractivas y paquetes innovadores, las cuales se ofertaran en el mercado.
- Diseñar una propuesta de infraestructura y logística que tendrá la empresa.
- Trazar la viabilidad del proyecto en el tiempo.
- Plantear una estructura administrativa, adecuada a la naturaleza del proyecto.
- Identificar la rentabilidad del proyecto.
- Determinar el marco legal en el que se basará la propuesta.

1.2. MARCO TEÓRICO.

1.2.1. El Catering.

1.2.1.1. Historia y origen en el mundo.

Ilustración 1. HISTORIA Y ORIGEN DEL CATERING



Recuperado de: <https://prezi.com/optmznulv4ih/catering/>

Elaborado por: F. Chiriboga

La evolución del catering se remonta al cuarto milenio antes de Cristo en China, nació como un servicio gratuito de alimentos, posteriormente en Roma, se proveía de alimentos a los soldados en la guerra o en sus viajes.

En la edad media los monjes proporcionaban alimentos a los cristianos que realizaban sus peregrinaciones, entonces el fenómeno de las restauraciones se expandieron por toda Europa.

El catering como tal consta en los diccionarios actuales, comprende un servicio de restauración que se da a las empresas, aviones, instituciones educativas, entre otras. En la actualidad se ha ampliado la cobertura ya que se presta el servicio en toda ocasión de tipo social, cultural o empresarial.

1.2.1.2. Concepto de Catering

Como catering se entiende a toda aquella actividad hostelera que tiene como finalidad la producción, realización y posterior ejecución de un servicio de comidas y bebidas, está última en un lugar remoto al centro de producción. Se trata de llevar un servicio a cualquier lugar acordado con el cliente, cubriendo todos aquellos aspectos que pudieran ser necesarios del mismo (alimentos, bebidas, música, mobiliario, decoración, personal de servicio, transporte, etc. (Sesmero C. J., 2010, pág. 7)

Se pretende ejecutar el pensamiento de Sesmero en la creación e implementación de un establecimiento de catering, cuyo objetivo sea brindar a la sociedad servicios eficaces y eficientes, con eventos exitosos que marquen la diferencia en el mercado.

Catering proviene de la voz inglesa “cater” que significa “encargarse de”, es decir es un montaje que da cobertura para cualquier necesidad y pone sus recursos tanto humanos como físicos al servicio de quien lo requiere.

Es importante definir también, a que se denomina catering industrial o empresarial:

1.2.1.3. Definición de Catering Industrial o Empresarial.

De acuerdo a (Sesmero C. J., 2010), se define como catering industrial a todas las unidades de negocio que se dedican a brindar el servicio de restauración en grandes volúmenes con fines económicos, se las puede definir en tres grupos:

Tradicional: establecimientos que brindan el servicio de alimentación, que pueden ser de constitución individual o en sociedad. La característica principal de este tipo de restauración es tener un salón donde servir los alimentos que son preparados en una cocina única, como por ejemplo: restaurantes, bares, cafeterías, etc)

Social: servicio de alimentación que se ofrece a un colectivo de personas en un determinado tiempo y que pertenecen a un lugar específico, es decir no pueden desplazarse, como por ejemplo: unidades educativas, fábricas, empresas, hospitales.

Comercial: elaboración de comida en grandes cantidades para ser comercializada o consumida, como por ejemplo: personas particulares, aerolíneas tanto tripulación como usuarios, centros comerciales, supermercados, etc.

En los casos antes expuestos es primordial el uso y seguimiento riguroso de normas tanto como para la parte operativa (elaboración, manipulación, almacenaje, transporte y distribución), como para la parte administrativa (la selección de la materia prima que vaya a ser utilizada, implementación de técnicas y procesos, estandarización de producto, selección

adecuada de proveedores, manejo óptimo de costos, selección adecuada de personal y sobre todo el eje primordial que es una buena administración y manejo de la empresa.

Para prestar los servicios de catering son necesarios ciertas condiciones como:

- ✓ Espacio o espacios disponibles
- ✓ Tipos de montajes requeridos (salones, tarimas, escenarios, etc.)
- ✓ Tiempo máximo para el montaje
- ✓ Número de asistentes
- ✓ Tipo de servicio

Una empresa de Catering debe contar con cuatro áreas esenciales: producción, logística, dirección o también llamado diseño de eventos y el área comercial.

La producción es el área fundamental ya que en ella se transforma la materia prima en alimentos terminados, ésta área cuenta con la tecnología necesaria para el cumplimiento de su objetivo como son sistemas de enfriamiento, cocinas industriales, utensilios entre otros. El personal que maneja el área de producción es especialista en la rama.

La logística cuenta con secciones que están encaminadas a llevar a cabo la organización del evento contratado como las compras, el servicio, el montaje, el transporte, mobiliario, etc.

La dirección o diseño de eventos es un área compleja ya que de ella depende la coordinación de los eventos. Una vez que se ha concretado el tipo de evento que se va a realizar, ésta área se encargará de redactar e informar a cada uno de los implicados el tipo de servicio solicitado por el cliente, enviará en forma detallada al área de logística el número de

personas que van a ser contratadas, lugar donde se va a desarrollar el evento y por último enviara al área comercial si fuese necesario publicitar el evento.

Comercial también se la denomina como el departamento de mercadeo es el área encargada de dar a conocer al exterior los servicios que presta la empresa, atrae a los clientes y también realiza publicidad del evento, si así lo requiriere el cliente. Ésta área debe conocer todo lo que sucede en la empresa con el fin de actualizar los servicios que brinda la misma y promocionarlos de forma correcta.

Ilustración 2. Publicidad de una empresa de Catering



Fuente:<http://www.todoincluidoeventos.com/produccion-de-logistica-y-eventos-corporativos/>

1.2.1.4. Normas y condiciones de Seguridad que deben seguir y tener las empresas de Catering.

Una de las condiciones básicas que deben tener las empresas de seguridad al brindar el servicio es la higiene en el manejo de alimentos, de las instalaciones, de los equipos, mesas de trabajo y personal.

Es indispensable que no se encuentre en las proximidades botaderos de basura, industrias que emitan gases contaminantes, evitar las inundaciones y las aguas residuales producto de los procesos de manufactura y debe ser de fácil eliminación.

Los locales en los que se desarrollan las tareas de producción y servicio de alimentos y bebidas deben estar planificados y diseñados, de tal forma que: Reduzcan la contaminación cruzada, es decir zonas separadas para alimentos crudos y alimentos cocinados. Reducir la infestación por culpa de insectos y roedores. Incrementar la eficacia frigorífica y calorífica de los equipos.

Los locales de catering se componen de: **Comedor**: se prestan los servicios de comida. Dependerá del tipo de catering si se presta en las instalaciones o fuera de ellas, esto condicionará la superficie del comedor. **Cocina**: se manipulan, elaboran y producen alimentos para ser consumidos en el comedor. Representa la mayor proporción de la superficie, debido a que en ella se desarrolla el grueso del servicio. **Zonas anexas**: en los establecimientos de catering, deben existir superficies destinado a aseos, pasillos, hall de entrada, etc. También la zona de almacenaje supone un alto porcentaje de la superficie del establecimiento debido al gran volumen de materiales, equipos y maquinarias que deben almacenarse para la prestación de servicios externos” (Baquero, 2013)

Por lo tanto estos locales están condicionados por flujos de trabajo, interacciones entre áreas de trabajo, separación de áreas funcionales y economía de movimientos.

Otras condiciones que deben cumplir los locales de catering son en las instalaciones e infraestructura, así por ejemplo los suelos deben ser fáciles de limpiar, antideslizantes para evitar caídas, resistentes al desgaste y antiporosos.

Las paredes también deben ser fáciles de limpiar, deben utilizarse materiales como porcelana y baldosas para cubrir completamente las paredes. Para las áreas cercanas a las cocinas, asaderos y fregaderos es imprescindible utilizar revestimientos metálicos.

Las puertas y ventanas tienen que ser cubiertas con el fin de evitar la introducción de insectos, plagas y otro tipo de animales que puedan contaminar las áreas de trabajo. Es preferible que sean pintadas con pinturas que repelan la grasa.

Las áreas de trabajo y accesorios como las mesas deben ser lisas y sin porosidades, fáciles de limpiar, se puede utilizar el acero inoxidable para impedir la proliferación de bacterias.

La ventilación e iluminación son importantes ya que si es una empresa que tiene un gran volumen de producción es necesario que tenga una ventilación apropiada para que los olores y humo que se desprenden no se concentren en las áreas de trabajo. El sistema eléctrico tiene que ser revisado frecuentemente con el fin de evitar cortocircuitos e incendios.

Las vías de salidas de evacuación tienen que estar conectadas en forma directa con el exterior, deberán estar señalizadas de acuerdo a los estándares establecidos para la seguridad. Nunca las puertas de emergencia deben estar selladas o cerradas con cerraduras, deben abrirse hacia el exterior.

Un botiquín con elementos de primeros auxilios es indispensable en cada una de las áreas, vendas, gasas, pinzas, tijeras, esparadrapos, antisépticos entre otros son algunos

ejemplos, el número de materiales de primeros auxilios y dependerá del número de trabajadores y/o empleados que posee la empresa.

Baquero Juliana (2013) expresa que los principales riesgos dentro de una empresa de catering son:

Riesgo de quemaduras por contacto:

- Utilizar guantes para manipular maquinaria caliente como plancha, parrilla, freidoras, etc.
- Deslizar los productos congelados o húmedos por las paredes del recipiente para evitar salpicaduras.
- Utilizar pinzas para manipular alimentos calientes.
- Utilizar elementos aislantes para sacar alimentos del horno.
- Utilizar señales de precaución en zonas calientes.
- No sobrecargar la capacidad de las ollas.
- Mantener las asas de las ollas en dirección contraria a los quemadores y los pasillos.
- El uniforme debe estar abrochado evitando que parte de este pueda prender. Tener un sistema de mantenimiento de los equipos.
- Revisar las válvulas de seguridad y manómetros.

Riesgo de accidentes por objetos cortantes: Las medidas preventivas a llevar a cabo son:

- Mantener distancia entre la zona de corte y las manos y cuerpo.
- Realizar una manipulación y mantenimiento correcto de los útiles de corte.
- Los cuchillos deben estar afilados.

- Los cuchillos deben disponer de empuñadura para evitar que la mano llegue hasta la hoja de corte.
- No se transportarán cuchillos en bolsillos.
- Deben almacenarse correctamente en los lugares habilitados para ello.
- Los mangos deben estar en perfectas condiciones, retirar los que estén rotos o dañados.
- No dejar los cuchillos u objetos cortantes en fregaderos a remojo
- Cortar hacia el lado opuesto al cuerpo.
- Utilizar elementos de apoyo como tablas para cortar.
- Utilizar guantes y mandiles para proteger de ciertos cortes si fuera necesario.
- No limpiar el cuchillo por el filo, primero se limpiará una cara de la hoja y a continuación la otra.

Riesgo térmico:

- Beber agua
- Usar campanas extractoras sobre la cocina o foco contaminante.
- Limpiar los filtros de la campana para evitar la acumulación de grasa.
- Limpiar el ventilador del extractor.
- Ajustar la velocidad de captación del contaminante en las campanas extractoras. A mayor humo más velocidad.
- Utilizar un sistema de ventilación Utilizar equipos de protección térmica
- No permanecer demasiado tiempo a temperaturas extremas realizando breves descansos fuera de la zona.

- Colocar los mangos de las cacerolas y ollas hacia el interior, evitando el contacto de estos con los fogones y con los pasillos.
- Utilizar cacerolas, sartenes, etc., con mangos aislantes.
- Utilizar guantes de protección o agarradores.
- Destapar las ollas en sentido contrario al cuerpo.
- Retirar la cara para evitar salpicaduras.
- Alejar materiales que ardan fácilmente de lugares con fuego o calientes.
- Evitar temperaturas excesivas en los equipos con aceite.

Riesgo ergonómico:

- Los puestos de trabajo deben adecuarse a las características físicas de los/as trabajadores/as.
- Para que las tareas manuales se realicen en condiciones ergonómicas, se debe disponer de una altura en los mostradores, mesas de trabajo, etc., por debajo del codo, esto supone aproximadamente entre 85 y 95 centímetros desde el suelo.
- Para las tareas que requieren esfuerzos, la altura ideal debe ser la que coincide con el puño del trabajador extendido hacia abajo, esto viene a ser aproximadamente entre 70 y 90 centímetros.
- Si la diferencia de estatura entre todo el personal es bastante considerable, la altura de las mesas de trabajo se regirá por el/la trabajador/a más alto. Facilitando tarimas a las personas con menos estatura.
- Las mesas de trabajo deben ser lo suficientemente amplias para realizar las tareas, además debe tener espacio suficiente para las rodillas, aproximadamente 10

centímetros de fondo y para los pies unos 13 centímetros de fondo y 10 centímetros de altura.

- Mantener la espalda recta y flexionar las rodillas para el levantamiento de cargas pesadas.
- Levantar pesos con la ayuda de otra persona.
- Realizar descansos periódicos de las posturas continuadas.
- Las cajas pesadas se colocan a la altura de la cintura.
- Los objetos menos pesados en las zonas altas.
- Limitar los movimientos innecesarios, dejando los útiles próximos, al alcance de la mano.
- Utilizar escaleras para acceder a lugares altos.

Riesgo por atrapamiento:

- Proteger las partes móviles de la máquina.
- Utilizar correctamente los dispositivos de seguridad.
- Evitar el contacto con las manos.
- Asegurarse que la máquina esta parada y desconectada.
- Limpiarlas con cepillos

1.2.1.5. Los Eventos Empresariales y Corporativos.

En el entorno empresarial y profesional de las organizaciones, un evento es un acontecimiento importante, que se utiliza para dar a conocer, promocionar y potenciar un producto o simplemente una marca. Esto con el fin de dar la oportunidad a los potenciales

consumidores o clientes a un acercamiento directo con la compañía o empresa. Facilitando el cumplimiento de los objetivos trazados y de la fidelización del consumidor frente a la competencia del mercado actual y moderno.

(Ramirez, 2011) Expresa que “Un evento se organiza para reunir a un grupo de personas para debatir sobre temas específicos, o para celebrar un acontecimiento, por ejemplo lanzamiento de nuevos descubrimientos, etc.”

En la actualidad en todos los campos social, político, financiero, educativo, se realizan todo tipo de eventos, los utilizan como estrategia para darse a conocer a los demás, posicionarse en el mercado nacional o internacional si se trata de empresas de servicios o prestaciones o atraer adeptos si hablamos en el campo político; también las instituciones educativas en todos los niveles realizan eventos académicos o de divulgación científica.

Por consiguiente para una empresa, un evento facilita un contacto directo con el cliente, beneficia las relaciones empresa \Leftrightarrow cliente, y favorece la adaptación del producto o servicio de forma directa sobre su mercado, lo que trascenderá en el éxito del mismo.

1.2.1.6. Tipos de Eventos empresariales.

(Cabero Soto, 2012) Clasifica a los eventos de acuerdo al ámbito en que se desarrollan, así:

Congresos y conferencias:

Congresos. Se las define así a las reuniones a gran escala que deben ser planificadas como mínimo con un año de anticipación por la organización y planificación que se necesita

implementar, estas pueden desarrollarse en el ámbito nacional o internacional y pueden tener una duración de tres a cinco días.

Conferencias. Se define así a las reuniones donde se trata temas de interés general para la sociedad, estos pueden ser: Políticos, científicos, humanísticos, etc. Este tipo de reuniones demandan de una organización bien planificada que van de la mano con la aplicación de recursos protocolarios, tecnológicos y de seguridad.

Visitas guiadas, de delegaciones extranjeras y de otras empresas o instituciones. Se define así a los eventos donde el grupo de personas es homogéneo, en la actualidad es muy común observar este tipo de reuniones, especialmente en las empresas multinacionales y en las grandes empresas.

Inauguraciones. Por lo general las empresas utilizan este tipo de reuniones para abrir nuevas sucursales, oficinas e inclusive se aplican en el ámbito deportivo empresarial.

Aniversarios. Son actos conmemorativos que se utilizan para recordar un acontecimiento importante en la vida empresarial.

Entregas de premios. Es muy común observar este tipo de reuniones hoy en día en las empresas, las cuales lo utilizan para reconocer el esfuerzo de sus colaboradores. También puede ser utilizado en diferentes ámbitos como: deportivo, educativo, social, etc.

Asambleas. Se denomina a las reuniones periódicas donde se convoca a los socios o accionistas para tomar decisiones, tratar temas de dividendos o aspectos importantes del desarrollo de la empresa.

Exhibiciones comerciales o ferias (temporales o permanentes). Son eventos comerciales de gran tamaño que demandan de una planeación que considere puntos vitales al

momento de llevar a cabo el evento. Como por ejemplo: desfiles de moda, lanzamientos de productos, ferias del sector privado y público.

Colocaciones de primera piedra (fundaciones). La colocación de la Primera Piedra es un hecho emblemático, tradicional y solemne, que se desarrolla con ocasión del inicio de una obra especial para una organización.

Juntas de accionistas. Es un evento que se desarrolla anualmente, el cual las empresas lo utilizan para exponer a sus socios o accionistas, cual es la situación actual de la empresa y la respectiva presentación de los resultados del ejercicio fiscal que pasó la empresa durante un periodo determinado de tiempo.

Seminarios, foros, y simposios.

Seminarios. Su duración comprende desde un día hasta una semana, las empresas lo utilizan para impartir nuevos conocimientos, estrechar lazos entre los asistentes, para lo cual se desarrollan actividades lúdicas, por lo general se organiza fuera de las instalaciones de la empresa. Su carácter es informativo.

Foros. Eventos con una duración máxima de medio día, los participantes no deben sobrepasar de veinte y es de tipo informal.

Simposio. Es dirigido por expertos en el tema tratado, permitiendo la actuación proactiva de los participantes, su duración es de alrededor dos horas.

Ruedas y comunicados de prensa. Se refiere a eventos de interés público, donde se da conocer información importante, su característica principal es contar con la presencia de los medios de comunicación para su cobertura.

1.2.1.7. Visión del Catering y eventos en el mundo empresarial.

Toda empresa busca afianzar su imagen y marca en la sociedad, todo esto se logra con una buena planificación, personal profesional y capacitado, ambiente de trabajo adecuado, ideas innovadoras y sobre todo la mejor herramienta “fidelizar a los clientes, proveedores y a todo el personal”. Todo esto se consigue con la organización de eventos empresariales de calidad, que sean diferentes e innovadores.

Al tener un propósito bien definido y una planificación apropiada, se pueden crear ideas innovadoras, captar a nuevos mercados nacionales e internacionales, consolidar alianzas estratégicas, fortalecer la identidad corporativa y formar a un recurso humano de calidad, es por eso que toda unidad de negocio debe procurar organizar por lo menos cada 6 meses, un evento empresarial de excelencia y garantizar una adecuada nutrición alimenticia de su máspreciado recurso: “Los colaboradores”.

La coordinación de eventos corporativos requiere de empresas expertas encargadas de este segmento, en donde se manifieste el profesionalismo y se deje un contraste comercial de impresión, de acuerdo al mercado y al objetivo trazado con cada evento.

Un evento bien producido, caracterizado, con una ambientación innovadora, un servicio de catering distinguido, herramientas tecnológicas, inicio y desarrollo puntual, aplicación de nuevas tendencias, son las estrategias que resaltan una imagen profesional y corporativa seria.

Será la mejor circunstancia para una unidad de negocio lograr imponer y dejar una huella de su marca, de tal manera que los clientes y contactos se aumentaran, el prestigio se marcara y se tendrá la posibilidad de presentar nuevos productos, proyectos y afianzar la marca.

Es esencial tomar en consideración, que una correcta organización y desarrollo de eventos empresariales es capaz de promover el negocio de cualquier empresa, y no sólo en el ámbito nacional sino en el internacional, y eso es evidente en el país, debido al aumento del turismo empresarial y laboral, en donde gerentes, administradores, socios y demás personajes corporativos, llegan desde otros países para participar en convenciones, presentaciones, lanzamientos de productos, reuniones y todo tipo de eventos empresariales.

Las empresas no deben escatimar en los eventos corporativos, ni en la alimentación de sus colaboradores, es la imagen empresarial la que está en juego, es preferible organizar un evento anual bien desarrollado y por todo lo alto, que varios, que no cumplan la meta u objetivo que se tenía pensado, sino que por el contrario perjudiquen la imagen corporativa con los clientes, los trabajadores o proveedores.

1.2.1.8. Implementación del catering y desarrollo de eventos en el sector empresarial del Ecuador.

En la actualidad el sector empresarial en el Ecuador en todas sus divisiones, ha implementado el servicio de alimentación para los colaboradores de cada organización, si bien desde el punto de vista de la empresa esto representa un gasto elevado en el presupuesto de cada organización, muchas empresas hoy en día han cambiado esa mentalidad. Se preocupan mucho por el ambiente laboral, la salud y el bienestar del recurso humano. Es muy común que utilicen el lema que dice: Un empleado feliz y sano, rinde más y es más productivo.

Es importante rescatar que el actual gobierno se ha preocupado por el bienestar de los trabajadores, tal es el caso que las actuales reformas del código y leyes de trabajo, obligan a

las empresas que tienen un determinado número de trabajadores a implementar y garantizar un servicio de alimentación. (Trabajo, 2013)

El Código de Trabajo del Ecuador vigente al 2014 en el Capítulo IV, artículo 42, numeral 4, dice que:

“DE LAS OBLIGACIONES DEL EMPLEADOR Y DEL TRABAJADOR.

Art. 42.- Obligaciones del empleador.- Son obligaciones del empleador:

4.- Establecer comedores para los trabajadores cuando éstos laboren en número de cincuenta o más en la fábrica o empresa, y los locales de trabajo estuvieren situados a más de dos kilómetros de la población más cercana”; (Codigo Trabajo, 2013)

Legalmente vemos que este tipo de requerimientos de alimentación para las empresas se encuentra respaldado por la ley en el país. Es importante tomar en cuenta este aspecto ya que, en la zona del Parque Industrial de Turubamba se han situado grandes empresas con un gran número de empleados que demandan de la implementación o mejora del servicio de restauración colectiva, así como de la realización de eventos de calidad.

Es importante recalcar también que, actualmente el mundo tiene los ojos puestos en Ecuador. Una publicación de la BBC Travel en el 2013 destacó lo siguiente, Guayaquil es considerado como la capital financiera, y es la ciudad más grande y con mayor población en el país, también es el Puerto Principal y está rodeada de imponentes e importantes edificaciones comerciales, también se destaca a sus centros de convenciones, estas

características hicieron que la ‘Perla del Pacífico’ como se la conoce, sea calificada como la mejor ciudad de Ecuador para viajes de negocios.

En el caso de la ciudad capital Quito se la considera como el destino líder de conferencias y reuniones en América del Sur por consolidarse, ya que hoy en día cuenta con varios centros de eventos y convenciones con capacidad y tecnología para poder realizar eventos de calaje internacional, así como también por su arquitectura colonial que es muy apreciada a nivel mundial. El diario londinense destaca a la ‘Carita de Dios’ como una ciudad en constante crecimiento, que ha mejorado sus estándares de seguridad, calidad en infraestructura hotelera, turismo de ocio, además de la apertura del nuevo Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre en Tababela, y el reciente galardón que ganó la ciudad en Perú, el ‘Oscar’ del turismo en los World Travel Awards 2013, como el “Destino líder de Sudamérica”.

1.2.1.9. Participación del Ecuador en la ICCA.

ICCA (International Congress and Convention Association), es una asociación a nivel mundial que maneja la industria de reuniones internacionales. ICCA emplea un ranking de las ciudades que captan mayor cantidad de eventos a nivel mundial. Estos eventos o reuniones para estar considerados en el ranking deben cumplir con los siguientes criterios:

- Contar con al menos 50 participantes
- Ser organizados en una base regular (repetitivos)
- Tener una rotación en al menos 3 diferentes países.

Ilustración 3. Posición de Ecuador en el ranking ICCA2012

Worldwide rankings: Number of meetings per country			
Rank	Country	#Meetings	
39	Russia	94	
40	Croatia	74	
41	Indonesia	73	
42	United Arab Emirates	63	
43	Estonia	58	
44	Uruguay	56	
45	Romania	54	
46	Serbia	52	
47	Peru	51	
	Slovenia	51	
49	Cyprus	48	
	Philippines	48	
51	New Zealand	45	
52	Ecuador	43	
53	Lithuania	41	
54	Panama	39	

Recuperado de: ICCA World 2012

Cabe destacar que Ecuador ha escalado 4 posiciones del 2011 al 2012.

Ilustración 4. Posición de Quito en el ranking mundial de ICCA 2012

Worldwide rankings: Number of meetings per city			
Rank	City	#Meetings	
74	Bergen	31	
	Dubrovnik	31	
	Ljubljana	31	
	Manila	31	
78	Cancun, Qr.	30	
	Manchester	30	
	New York City, NY	30	
	Nice	30	
	Toulouse	30	
83	Quito	29	
	San Diego, Ca	29	
85	Bucharest	28	
	Medellin	28	
87	Frankfurt am Main	27	
88	Basel	26	
	Dresden	26	
	Québec City, QC	26	
	Rotterdam	26	
	San Francisco, Ca	26	

Recuperado de: ICCA World 2012

Se observa que Quito ha mejorado 10 posiciones en relación al año 2012.

Ilustración 5. Posición de Ecuador en el ranking de ICCA 2012 (En América)

Latin- & North America rankings:		
Number of meetings per country		
Rank	Country	#Meetings
1	U.S.A.	833
2	Brazil	360
3	Canada	273
4	Argentina	202
5	Mexico	163
6	Colombia	138
7	Chile	101
8	Uruguay	56
9	Peru	51
10	Ecuador	43
11	Panama	39
12	Costa Rica	28
13	Puerto Rico	23
14	Bolivia	20
	Paraguay	20
16	Dominican Republic	15
17	Venezuela	14
18	Guatemala	13
19	Cuba	9
20	Bahamas	8

Recuperado de: ICCA World 2012

Ecuador asciende de la posición 12 en el año 2011 a la décima posición en el año 2012.

Ilustración 6. Posición de Ecuador en el ranking de ICCA 2012 (En América)

Latin- & North America rankings:			
Number of meetings per city			
Rank	City	#Meetings	Sponsored Hyg
1	Buenos Aires	99	
2	Rio de Janeiro	83	
3	Sao Paulo	77	
4	Montreal, QC	67	
5	Santiago de Chile	61	
6	Toronto, ON	60	
7	Mexico City	52	
8	Bogota	50	
9	Vancouver, BC	49	
10	Washington, DC	48	
11	Boston, MA	46	
12	Lima	43	
	Montevideo	43	
14	Cartagena	40	
15	Chicago, IL	37	
16	Panama City	36	
17	Cancun, Qr.	30	
	New York City, NY	30	
19	Quito	29	
	San Diego, Ca	29	
21	Medellin	28	
22	Québec City, QC	26	

could be placed here!

Recuperado de: ICCA World 2012

La ciudad de Quito subió de la posición 24 en el año 2011 a la posición 19 en el 2012.

Se hace referencia en el presente proyecto de estos indicadores ya que, nos sirve para determinar la importancia que han llegado a tener las reuniones a nivel mundial y el reto que representa para las empresas prestadoras de servicios de restauración colectiva y organización de eventos o reuniones, para alcanzar los estándares internacionales. Actualmente en el país existen organismos que se han encargado de promocionar y dar a conocer al mundo de las reuniones: las facilidades, infraestructura y atractivos que posee el Ecuador. Básicamente en la ciudad de Quito el organismo que a su vez es miembro de la ICCA es el Quito Convention Buro. El BCIQ promueve a la capital en la región y en los mercados mundiales como un destino ideal para llevar a cabo ferias, congresos, viajes de incentivo y eventos de nivel nacional e internacional.

Esta es una organización sin fines de lucro, el BCIQ reúne a empresas del sector privado que están relacionadas al Turismo de Congresos e Incentivos. Asimismo, el organismo cuenta con el apoyo de entidades oficiales del sector, como: el Ministerio de Turismo (MINTUR), Quito Turismo, el Ministerio de Relaciones Exteriores, el Ilustre Municipio de Quito y la Cámara Provincial de Turismo.

1.3. Marco Legal.

El orden jurídico del Ecuador, establecido por la constitución, leyes, reglamentos, decretos y costumbres dispone múltiples circunstancias que se plasman en normas y reglamentos permisibles o prohibidos que de una u otra forma pueden afectar el desarrollo normal de las operaciones de un proyecto.

1.3.1. Organismo Rector de las operaciones de Turismo en Ecuador.

Para esta tipología de proyectos, el organismo rector es el Ministerio de Turismo el cual es el máximo organismo de la actividad turística en el país, cuya competencia es planificar, fomentar, normar, incentivar y facilitar el establecimiento, organización, funcionamiento y calidad de los establecimientos que brindan servicios en actividades turísticas.

1.3.2. Beneficios que brinda el Organismo Rector a proyectos turísticos.

El Ministerio de Turismo promueve diversos beneficios a personas naturales o jurídicas que promuevan proyectos turísticos viables y sostenibles que si son acreditados por este organismo gozarían de los beneficios generales que están dispuestos por la Ley de Desarrollo Turístico. Para disfrutar de estos beneficios especiales se deberá conseguir la calificación en una de las categorías catalogadas en la Ley de Turismo vigente, así como la aprobación y certificación por parte del órgano rector.

1.3.2.1. Criterios para la calificación de proyectos turísticos.

El Ministerio de Turismo calificara los proyectos turísticos de acuerdo a los siguientes criterios:

Montos de inversión o reinversión mínimos, dependiendo del tipo de actividad turística, categoría del establecimiento y otros parámetros que deberán ser técnicamente identificados y fijados anualmente por el Ministerio de Turismo.

Ubicación geográfica en las zonas o regiones deprimidas con potencial turístico y contribución a su desarrollo económico, con posible utilización de factores productivos de la misma. Impacto socio económico para el sector turístico. Impacto socio ambiental, según los términos y alcances requeridos por la normativa vigente para tal efecto. Creación de fuentes de trabajo de calidad y, Compromiso de no transferir al exterior las utilidades que se reinviertan, por el periodo que duren los incentivos. (Turismo, 2012).

De acuerdo al Capítulo IV de la Ley de Turismo en los Artículos 26 al 37 los beneficios generales son:

Exoneración total de los derechos de impuestos que gravan los actos societarios de aumento de capital, transformación, escisión, fusión incluidos los derechos de registro de las empresas de turismo registradas y calificadas en el Ministerio de Turismo.

Exoneración total de los tributos que graven la transferencia de dominio de inmuebles que se aporten para la constitución de empresas cuya finalidad principal sea el turismo, así como los aportes al incremento del capital de compañías de turismo registradas y calificadas en el Ministerio de Turismo

Acceso al crédito en las instituciones financieras que deberán establecer líneas de financiamiento para proyectos turísticos calificados por el Ministerio del ramo.

Tendrán derecho a la devolución de la totalidad del valor de los derechos arancelarios, excepto el impuesto al valor agregado (IVA), en la importación de naves aéreas, acuáticas,

vehículos y automotores para el transporte de turistas nacionales o extranjeros, por un periodo, de diez años para la primera categoría y cinco años para la segunda categoría.

Los gastos que se reembolsen al exterior por concepto de campañas de publicidad y mercadeo, sea está impresa, radial, televisiva y en general en otros medios de comunicación, serán deducibles para efectos de la determinación de la base imponible del impuesto a la renta ni se someten a retención en la fuente.

Una vez realizado el análisis bajo qué macro entorno debe estar concebida la empresa es importante también detallar legalmente cual es el procedimiento a seguir para constituir la empresa.

1.3.3. Constitución de la Empresa.

1.3.3.1. De acuerdo a la Superintendencia de Compañías.

A continuación detallare los pasos a seguir para la constitución de la empresa de acuerdo a la legislación del país y la Superintendencia de Compañías:

Creación del nombre de la empresa.- Una vez creado el nombre hay que dirigirse a la Superintendencia de Compañía para verificar si ese nombre ya está registrado, caso contrario se procede a reservarlo. Si no estuviese registrado por otra persona hay un plazo de 30 días de reserva.

Apertura de Cuenta de Integración de Capital.- Hay que acercarse a cualquier banco para abrir una Cuenta de Integración de Capital, con un monto mínimo de acuerdo al tipo de negocio.

Escritura de la Constitución de la Compañía.- La escritura debe ser redactada por un abogado, luego este documento tiene que ser elevado a instrumento público para que sea inscrito en una notaría.

Registro mercantil.- Una vez aprobada la Constitución de la Empresa se debe ingresar el documento a la Superintendencia de Compañías, para la revisión del departamento jurídico. En caso de existir algún error, será devuelta para realizar las correcciones respectivas. Caso contrario el documento será aprobado, y debe pasar al Registro Mercantil adjuntando una carta especificando el nombre del representante legal de la empresa. Al momento de estar ya inscrita en esta dependencia la compañía se creara legalmente.

Inscripción en el Registro de la Superintendencia de Compañías.- Cuando la constitución de la compañía haya sido inscrita en el Registro Mercantil los documentos deben remitirse a la Superintendencia de Compañías, para ser inscritas en el registro.

1.3.3.2. De acuerdo al Servicio de Rentas Internas.

Obtener el RUC.-

“El RUC corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades que realicen alguna actividad económica en el Ecuador, en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deban pagar impuestos.” (SRI, 2015).

Para verificar todos los requisitos para constituir una empresa en calidad de personería jurídica el link donde debemos remitirnos es:

<file:///C:/Users/usuario/Downloads/FICHA%20REQUISITOS%20INSCRIPCI%C3%93N%2000%20ACTUALIZACI%C3%93N%20DE%20SOCIEDADES.pdf>

O a su vez en el índice de anexos de la presente investigación. Ver Anexos.

1.3.3.3. De acuerdo a la personería Jurídica del proyecto.

Como se indicó anteriormente el proyecto se constituirá bajo una personería jurídica, por su naturaleza y características se cree conveniente crearla bajo la calidad de Sociedad Anónima. Esto ya que para el proyecto se ha estimado contar con dos socios, uno el autor del proyecto y el otro un inversionista interesado en el negocio de carácter familiar.

De acuerdo al Art. 143 de la Ley de Compañías (2013) podemos decir que, La Sociedad anónima se define por su personalidad jurídica ya que adquiere obligaciones y derechos como sociedad y su autorización debe estar otorgada mediante ley. El capital social está compuesto por aportaciones que pueden ser en dinero o bienes verosímiles, las aportaciones deben estar representadas por las acciones y deberá estar registrado y pagado al menos el 25% de lo suscrito por cada uno de los accionistas, en esta modalidad de personería jurídica a los inversionistas se les califica como accionistas y responden por el monto de sus acciones. El valor mínimo para constitución de la sociedad es de 800USD.

1.3.3.4. Registro en el Ministerio de Turismo.

Registro de Alojamiento, Alimentos y Bebidas. De acuerdo al portal web del Ministerio para trámites ciudadanos el procedimiento es el siguiente:

Para Personas Jurídicas

- “Copia certificada de la Escritura de Constitución, aumento de Capital o reforma de Estatutos, tratándose de personas jurídicas.
- Nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en la Oficina del registro Mercantil,
- Copia del registro único de contribuyentes (R.U.C.)
- Copia de la cédula de identidad
- Copia de la última papeleta de votación
- Copia del Contrato de compra venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario CON LA AUTORIZACIÓN DE UTILIZAR EL NOMBRE COMERCIAL.
- Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social o denominación social o nombre comercial del establecimiento en las ciudades de:
 - Quito: Av. República 396 y Diego de Almagro Edif. Forum
 - Guayaquil: Av. Francisco de Orellana y Justino Cornejo Edif. Gobierno del Litoral
 - Cuenca: Av. José Peralta y Av. 12 de Abril Edif. Acrópolis
- Fotocopia de escrituras de propiedad, pago predial o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.

- Lista de Precios de los servicios ofertados, (original y copia)
- Declaración de activos fijos para cancelación del 1 por mil, debidamente suscrita por el Representante Legal o apoderado de la empresa.
- (Formulario del Ministerio de Turismo)Ver Anexo 2
- Inventario valorado de la empresa firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados
- Permiso de uso del suelo (para bares y discotecas) (MINTUR, 2015)

1.3.3.5. Contribución del 1 x 1000 Establecimientos turísticos registrados.

“Es una contribución anual que deben realizar todos los prestadores de servicios turísticos de los establecimientos registrados en el MINTUR, conforme se establece en la ley de Turismo” (MINTUR, 2015).

PROCEDIMIENTO PARA ESTABLECIMIENTO NUEVO

Todo establecimiento oferente de servicios turísticos y registrados en el Ministerio de Turismo tiene la obligación de cancelar el 1 x 1000 sobre los activos fijos, desde el 2003, año en que entró en vigencia este mandato legal. El pago que se realiza por primera vez, se lo cancela a

través de un inventario valorado de activos fijos (edificaciones e instalaciones, maquinarias, muebles enseres y equipos de computación).

Desde el 2012 en adelante, los pagos se los realizará virtualmente ingresando a la página web del SRI (www.sri.gob.ec). Allí, en la pestaña de "Servicios en línea" se podrá acceder a la pestaña de "Declaraciones", en donde se encontrará el formulario 106, el cual debe ser llenado con código 8147. (MINTUR, 2015). Ver Anexos

1.3.3.6. Licencia anual de funcionamiento.

Requisitos:

- Copia y Original del pago del Impuesto Predial.
- Lista de Precios de los servicios ofertados, (original y copia)
- Declaración de activos fijos para cancelación del 1 por mil, debidamente suscrita por el Representante Legal o apoderado de la empresa.
- Inventario valorado de la empresa firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados.
- Pagos por concepto de renovación de Licencia Anual de Funcionamiento. (MINTUR, 2015)

CAPÍTULO 2. ESTUDIO DE MERCADO.

2.1. Objeto de estudio.

El Parque Industrial Turubamba PIT está localizado en la parroquia de Turubamba en la Provincia de Pichincha al sur de la ciudad de Quito, donde antes fueron los predios de la antigua hacienda Turubamba alto.

Mediante Ordenanza Municipal N°245, el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito en conjunto con la Asociación de Empresarios del Parque Industrial del Sur (AEPIS), han hecho que este proyecto este actualmente ejecutándose por ello, allí se encuentran alrededor de 30 empresas y microempresas que dan trabajo a 5000 trabajadores. (Villalobos).

2.2. Objetivo General.

Determinar el grado de aceptación por parte del consumidor de una empresa de catering y servicios de eventos en el sector del Parque Industrial de Turubamba.

2.3. Objetivos Específicos.

- a) Cuantificar las plazas de trabajo de cada empresa del sector.
- b) Determinar si se brindan servicios de alimentación para los trabajadores en las empresas ubicadas en el PIT.
- c) Establecer quien asume los gastos de alimentación de empleados y trabajadores.

- d) Identificar la existencia de competencia directa o indirecta en la zona de aplicación del proyecto.
- e) Definir los gustos y preferencias del mercado.
- f) Determinar el gasto promedio en alimentación de los empleados y trabajadores.
- g) Especificar el nivel de satisfacción del mercado meta con respecto al tipo de alimentación que tienen los empleados y trabajadores del PIT.
- h) Definir la intención de compra del segmento de mercado meta.
- i) Realizar un análisis de la oferta y de la demanda actual de servicios de Catering en el PIT.

2.4. Metodología de la Investigación.

Para el presente proyecto se utilizará las siguientes herramientas de acuerdo a las características del proyecto.

2.4.1. Tipos de Investigación.

El tipo de investigación que se utilizó fue el exploratorio ya que se examinó el problema de investigación: en este caso la falta de un servicio de Catering que brinde apoyo a las empresas del Parque Industrial Turubamba, de este tema no existe bibliografía y no existen investigaciones relacionadas al mismo (Gomez, 2009).

Otro tipo de investigación que se utilizó fue la descriptiva ya que se reseñan las características o rasgos de la situación o fenómeno objeto de estudio. (Bernal C. , 2013), en

este caso se describirán los tipos de servicios que actualmente prestan las empresas en lo referente a catering y desarrollo de eventos empresariales.

2.4.2. Técnicas de Obtención de información.

La recolección de información es un aspecto relevante dentro del proceso investigativo, permite obtener información fidedigna de los hechos o fenómenos que se suscitan.

“Un aspecto muy importante en el proceso de una investigación es el que tiene relación con la obtención de la información, pues de ello dependen la confiabilidad y validez del estudio. Obtener información confiable y válida requiere cuidado y dedicación” (Bernal C. , 2013)

Por el tipo de Investigación que se realizó, exploratoria y descriptiva las técnicas que se utilizaron fueron la observación y la encuesta.

La Observación directa, es una técnica que permite obtener información en forma directa, fue así que se realizó una visita al lugar de los hechos donde estaba ocurriendo el fenómeno, en este caso el Parque Industrial Turubamba, así como para la verificación de la infraestructura y locales que prestan servicio de alimentos y bebidas en el sector.

Encuesta: Es una técnica que permite obtener información de un gran número de personas, se fundamentó en dos cuestionarios elaborado para recabar información, el primero para los representantes de las empresas en estudio y el segundo para empleados y trabajadores.

2.5. Población y Muestra

2.5.1. Población:

Es la totalidad de elementos o individuos que tienen características similares y sobre las cuales se desea investigar. La población está conformada por 5000 empleados y trabajadores (Villalobos) de las siguientes empresas:

Tabla 1. Industrias y Empresas ubicadas en el PIT.

EMPRESA	PRODUCTOS
SANTOSCFMI S.A	SOLUCIONES DE INGENIERÍA
ANDEC	ACEROS
AKZONBEL	QUIMICOS
MOTORCLASS	REPUESTOS VEHICULOS
QUIMPAC ECUADOR S.A	QUIMICOS
BEKAER IDEAL ALAMBREC	ACERO, VARIOS PRODUCTOS
INDUSTRIA DE ACERO LOS ANDES	ACEROS
INTERQUIMEC	QUÍMICOS
RENOVALLANTA	RENCAUCHADORA
ETERNIT	CUBIERTAS FIBROCEMENTO
INDUSTRIA MOLINERA SANTA LUCIA	HARINA
TOPESA	TORNILLOS Y PERNOS

Elaborado: F. Chiriboga

La muestra es un “subgrupo de la población del cual se recolectan los datos y deben ser representativo de ésta” (Hernández Sampieri;, 2010) .

La muestra a la cual se aplicó la investigación se obtuvo utilizando el muestreo aleatorio simple y se la obtiene con la siguiente fórmula:

$$n^{\circ} = \frac{Z^2 * PqN}{NE^2 + Z^2 pq}$$

En donde:

N tamaño de la población para nuestro caso 2200 unidades de análisis entre trabajadores, empleados y dirigentes de las empresas de Parque Industrial Turubamba.

Cuando $1 - \alpha$ (Nivel de confianza) es el 95%, Z es igual a 1,96 con un error del 3% o su valor relativo correspondiente que es 0,03.

P es la proporción a la cual se le asigna 0,5 y sabiendo que q es igual a P-1, entonces q es igual a 0,5.

$$\begin{aligned} \text{Reemplazando: } n^{\circ} &= \frac{(1,96)^2 * 0,5 * 0,5 * 5000}{5000 (0,03)^2 + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5} \\ n^{\circ} &= \frac{4800}{5,46} = \mathbf{879} \end{aligned}$$

La muestra motivo de estudio es de 879 trabajadores y empleados de las empresas que se señalan en la tabla, el número es aleatorio de acuerdo al volumen de trabajadores que tiene la empresa, los mismos que varían de acuerdo al tamaño de la misma, así:

Tabla 2. Detalle de Empresas ubicadas en el PIT

EMPRESA	N° TRABAJADORES	PRODUCTOS
SANTOSMI S.A	76	SOLUCIONES DE INGENIERÍA
ANDEC	114	ACEROS
AKZONBEL	67	QUIMICOS
MOTORCLASS	6	REPUESTOS VEHICULOS
QUIMPAC ECUADOR S.A	32	QUIMICOS
BEKAER IDEAL ALAMBREC	153	ACERO, VARIOS PRODUCTOS
INDUSTRIA DE ACERO LOS ANDES	138	ACEROS
INTERQUIMEC	35	QUÍMICOS
RENOVALLANTA	29	RENCAUCHADORA
ETERNIT	165	CUBIERTAS FIBROCEMENTO
INDUSTRIA MOLINERA SANTA LUCIA	15	HARINA
TOPESA	49	TORNILLOS Y PERNOS
TOTAL	879	

Elaborado: F. Chiriboga

Fuente: Investigación propia

2.5.2. Análisis e Interpretación de resultados

Una vez que se recogieron los datos en el trabajo de campo, es necesario procesarlos con el fin de agruparlos y ordenarlos con el fin de obtener resultados, para lo cual se seleccionó la herramienta informática Excel con sus funciones estadísticas para el procesamiento de la información.

Se aplicaron dos encuestas, una a los ejecutivos de las empresas en total 12 personas y otra a los 879 empleados y trabajadores de las doce empresas tomadas como muestra. Se utilizó la distribución de frecuencias y representaciones gráficas que según (Manson y Lind,

1997) “la distribución de frecuencias es el agrupamiento de datos en categorías que muestran el número de observaciones de cada categoría”. De esta manera se realizaron tablas de frecuencias, es decir se ubicaron las categorías con el número de veces que se repetía el dato, posteriormente se representó en gráficos como barras y pasteles.

2.5.2.1. Análisis e interpretación de la encuesta aplicada a empleados y trabajadores.

Se pudieron observar los siguientes datos para la encuesta a empleados y trabajadores:

1. ¿En la empresa donde usted trabaja existe servicio de bar o comedor?

Tabla 3. Pregunta 1 Tabulación.

VARIABLE	FRECUENCIA	%
SI	780	93,3
NO	99	6,7
TOTAL	879	100,0

Fuente: Empleados y Trabajadores del PIT

Elaborado por: F. Chiriboga

Ilustración 7. Pregunta 1. Servicio de Bar o comedor



Fuente: Empleados y Trabajadores del PIT

Elaborado por: F. Chiriboga

Interpretación: Como se puede observar en la gráfica, el mayor porcentaje de encuestados expresa que si existe un servicio de comedor o bar para el consumo de alimentos.

2. ¿Consumen los alimentos que proporciona el bar o comedor de la empresa?

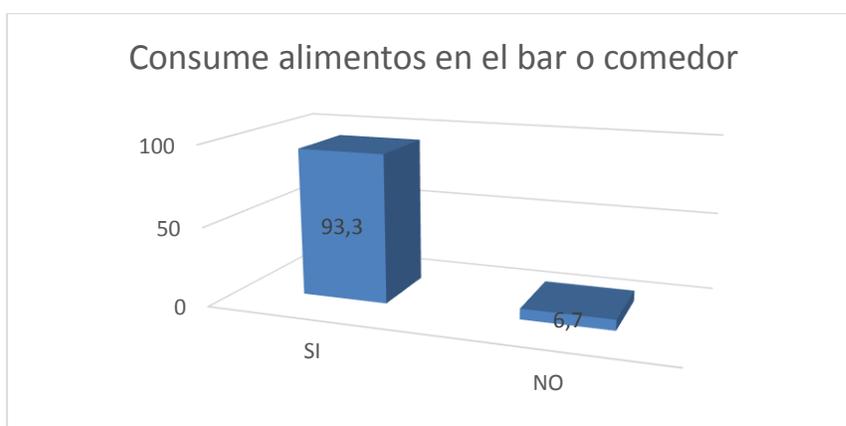
Tabla 4. Pregunta 2 Tabulación.

VARIABLE	FRECUENCIA	%
SI	780	93,3
NO	99	6,7
TOTAL	879	100,0

Fuente: Empleados y Trabajadores del PIT

Elaborado por: F. Chiriboga

Ilustración 8. Pregunta 2. Consume alimentos en el bar o comedor



Fuente: Empleados y Trabajadores del PIT

Elaborado por: F. Chiriboga

Tabla 5. Pregunta 2.1 Tabulación

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Traen de su casa	15	15
Restaurantes improvisados	43	43
Restaurantes	41	41
TOTAL	99	100

Fuente: Empleados y Trabajadores del PIT

Elaborado por: F. Chiriboga

Interpretación: Como se puede observar en la gráfica, el mayor porcentaje de encuestados consume sus alimentos en el comedor o bar de su empresa, los que no, traen de sus hogares o almuerzan en lugares improvisados para el efecto.

3. ¿Qué dificultad se le presenta a la hora de almorzar?

Tabla 6. Pregunta 3. Tabulación

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Falta de tiempo	436	49
No existe un lugar adecuado	127	15
Mala preparación de la comida	316	36
TOTAL	879	100

Fuente: Empleados y Trabajadores del PIT

Elaborado por: F. Chiriboga

Ilustración 9. Pregunta 3 Dificultad a la hora de almorzar.



Fuente: Empleados y Trabajadores del PIT

Elaborado por: F. Chiriboga

Interpretación: La falta de tiempo es la principal dificultad que encuentran los encuestados, ya que según lo señalado tienen solamente media hora para el almuerzo, en un porcentaje menor pero no menos importante es la mala preparación de la comida.

4. ¿Cuántas veces consume alimentos durante la jornada de trabajo?

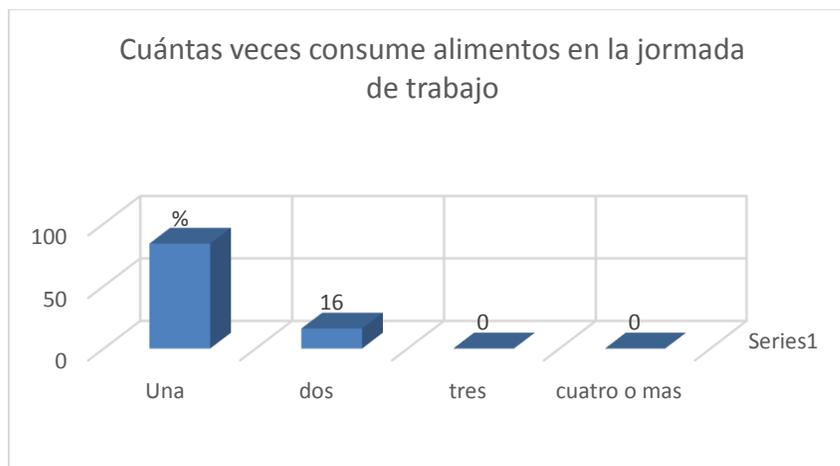
Tabla 7. Pregunta 4. Tabulación

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Una	879	86
dos	142	14
tres	0	0
Cuatro o más	0	0
TOTAL	1021	100

Fuente: Empleados y Trabajadores del PIT

Elaborado por: F. Chiriboga

Ilustración 10. Pregunta 4. Cuántas veces consume alimentos en la jornada de trabajo.



Fuente: Empleados y Trabajadores del PIT

Elaborado por: F. Chiriboga

Interpretación: Los encuestados en su mayoría 86% respondieron que consumían los alimentos una vez al día, es decir almuerzan durante la jornada de trabajo, el 14 % dos veces al día desayuno y almuerzo, aquí se puede observar que el total de frecuencias supera el número de la muestra, esto se da porque varios empleados consumen el desayuno y el almuerzo en la empresa de acuerdo a los turnos de trabajo.

5. ¿Qué tipo de alimentos consume?

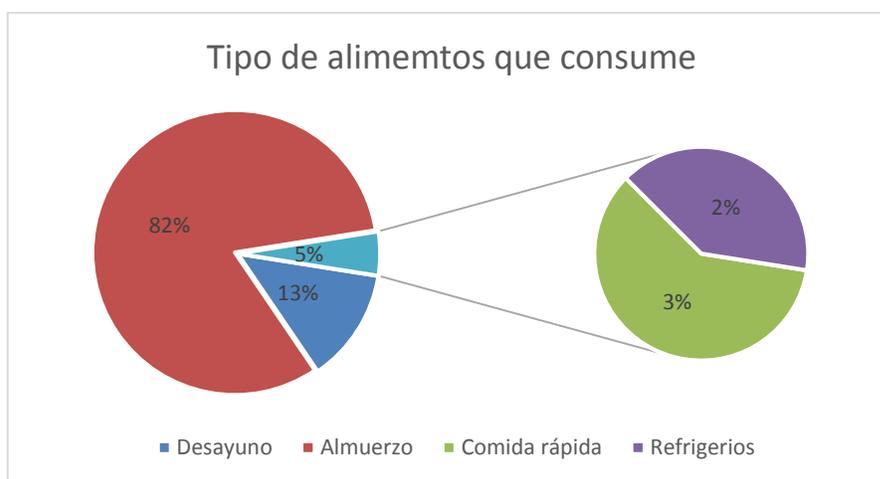
Tabla 8. Pregunta 5. Tabulación

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Desayuno	142	13
Almuerzo	879	82
Comida rápida	34	3
Refrigerios	22	2
TOTAL	1077	100

Fuente: Empleados y Trabajadores del PIT

Elaborado por: F. Chiriboga

Ilustración 11. Pregunta 5. Tipo de alimentos que consume



Fuente: Empleados y Trabajadores del PIT

Elaborado por: F. Chiriboga

Interpretación: El 82% de un total de 1077 respuestas, mencionaron que consumen el almuerzo, el 13% el desayuno y el 5% restante se distribuyen entre comida rápida y refrigerios, éstos últimos solamente en ocasiones especiales como eventos sociales que la empresa realiza.

6. ¿Cuál es el grado de satisfacción que tiene con relación a los alimentos que consume en el comedor/bar?

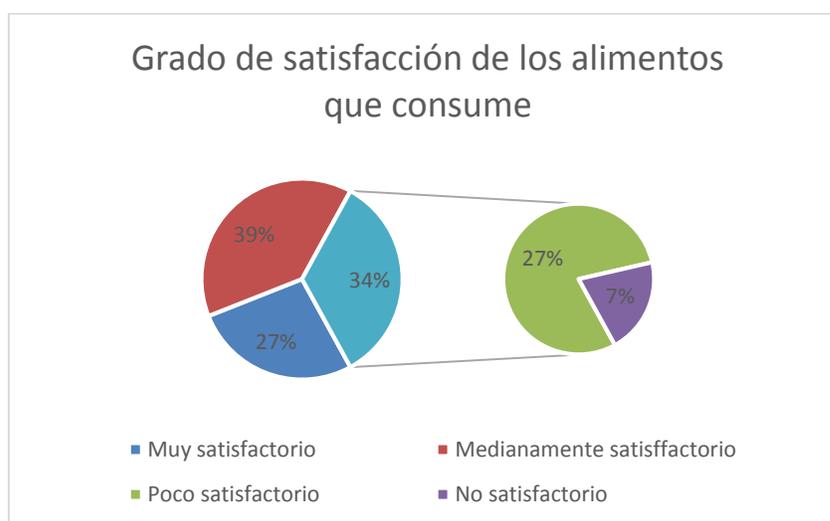
Tabla 9. Pregunta 6. Tabulación

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Muy satisfactorio	201	23
Medianamente satisfactorio	235	27
Poco satisfactorio	336	38
No satisfactorio	107	12
TOTAL	879	100

Fuente: Empleados y Trabajadores del PIT

Elaborado por: F. Chiriboga

Ilustración 12. Pregunta 6. Grado de satisfacción de los alimentos que consume



Fuente: Empleados y Trabajadores del PIT

Elaborado por: F. Chiriboga

6.1. ¿Por qué?

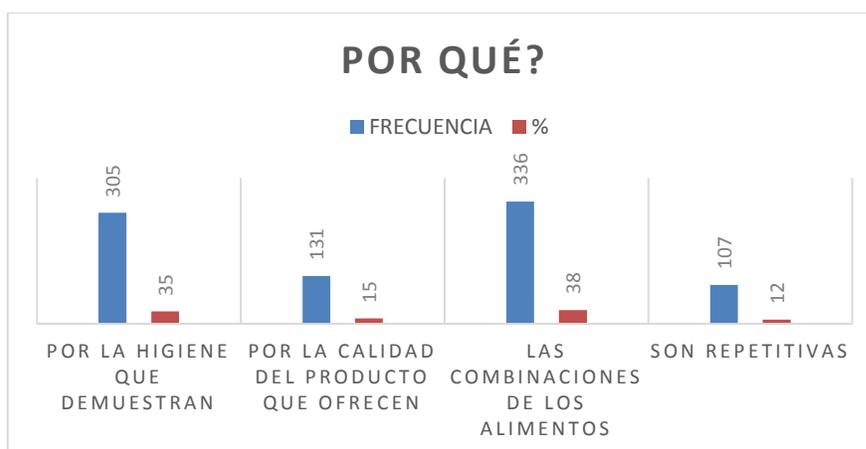
Tabla 10. Pregunta 6.1. Tabulación

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Por la higiene que demuestran	305	35
Por la calidad del producto que ofrecen	131	15
Las combinaciones de los alimentos	336	38
Son repetitivas	107	12

Fuente: Empleados y Trabajadores del PIT

Elaborado por: F. Chiriboga

Ilustración 13. Pregunta 6.1. Por qué?



Fuente: Empleados y Trabajadores del PIT

Elaborado por: F. Chiriboga

Interpretación: Si se suman las dos variables de poco satisfactorio y no satisfactorio se obtiene un porcentaje del 50% de lo que se puede inferir que la mitad de encuestados no se encuentra conforme con los servicios que el comedor de las empresas o restaurantes, sin embargo también el otro 50% se siente satisfecho, las razones para estar satisfechos es que las empresas manejan los alimentos con mucha higiene, y la insatisfacción se da por la combinación de los alimentos, se mezclan los carbohidratos como arroz y fideos o arroz y papas y en menor porcentaje expresan que los almuerzos son repetitivos.

7. ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar en alimentos durante su jornada diaria de trabajo?

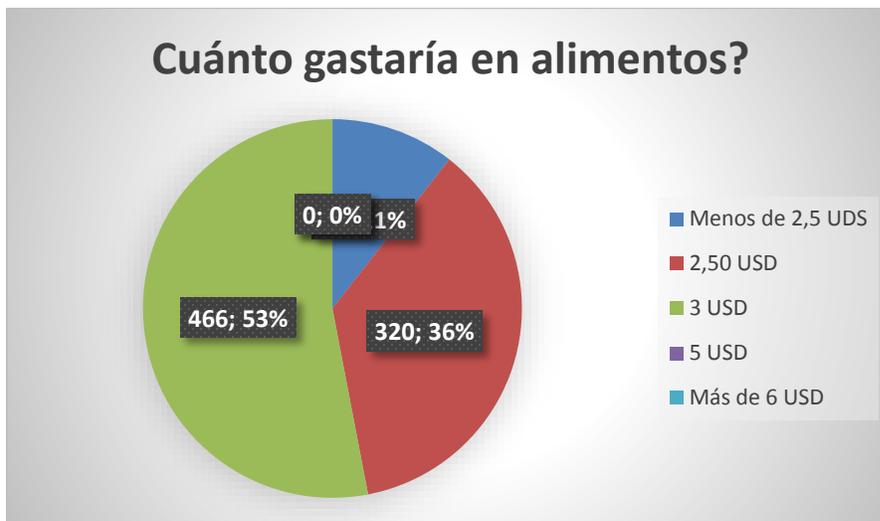
Tabla 11. Pregunta 7. Tabulación

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Menos de 2,5 UDS	93	11
2,50 USD	320	36
3 USD	466	53
5 USD	0	0
Más de 6 USD	0	0
TOTAL	879	100

Fuente: Empleados y Trabajadores del PIT

Elaborado por: F. Chiriboga

Ilustración 14. Pregunta 7. Cuánto gastaría en alimentos



Fuente: Empleados y Trabajadores del PIT

Elaborado por: F. Chiriboga

Interpretación: Los precios de los almuerzos por los cuales estarían dispuestos a pagar oscilan entre los 2,5 y 3 dólares, muy pocos trabajadores, -considerado la muestra- pagan menos de 2,5 dólares ya que traen de sus propias casas o almuerzan en lugares que dejan mucho que desear como se puede observar. Ver fotos en Anexos.

8. ¿Usted cree que consume alimentos sanos como parte de su dieta diaria?

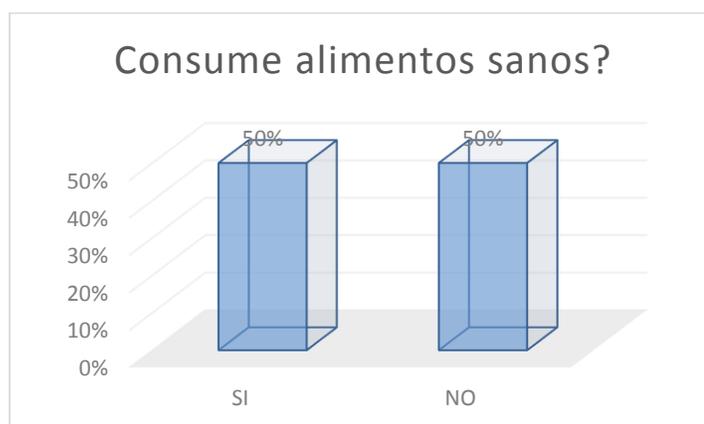
Tabla 12. Pregunta 8. Tabulación

VARIABLE	FRECUENCIA	%
SI	436	13
NO	443	87
TOTAL	879	100,0

Fuente: Empleados y Trabajadores del PIT

Elaborado por: F. Chiriboga

Ilustración 15. Pregunta 8. Consume alimentos sanos



Fuente: Empleados y Trabajadores del PIT

Elaborado por: F. Chiriboga

8.1. ¿Por qué cree que no consume alimentos sanos?

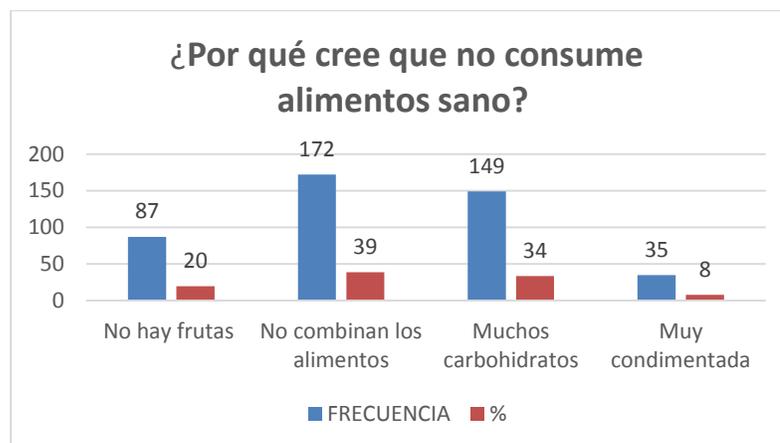
Tabla 13. Pregunta 8.1. Tabulación

VARIABLE	FRECUENCIA	%
No hay frutas	87	20
No combinan los alimentos	172	39
Muchos carbohidratos	149	34
Muy condimentada	35	8
TOTAL	443	100,0

Fuente: Empleados y Trabajadores del PIT

Elaborado por: F. Chiriboga

Ilustración 16. Pregunta 8.1. ¿Por qué cree que no consume alimentos sanos?



Fuente: Empleados y Trabajadores del PIT

Elaborado por: F. Chiriboga

Interpretación: Existe un empate de opiniones ya que el 50% de los encuestados respondió que no se encuentra satisfecho con los alimentos –almuerzos- que les proporcionan por motivos como muchos carbohidratos, consumen gran cantidad de papas, arroz, fideos, y la mayoría de veces en un solo plato están dos de los productos mencionados, por lo tanto también recaen en la otra respuesta con mayor puntaje que es que no combinan los alimentos. Un 20% expresa que no existe fruta como parte de la dieta diaria y un porcentaje mínimo como es el 8% respondió que es muy condimentada.

9. ¿A usted le gustaría que su menú diario conste de:

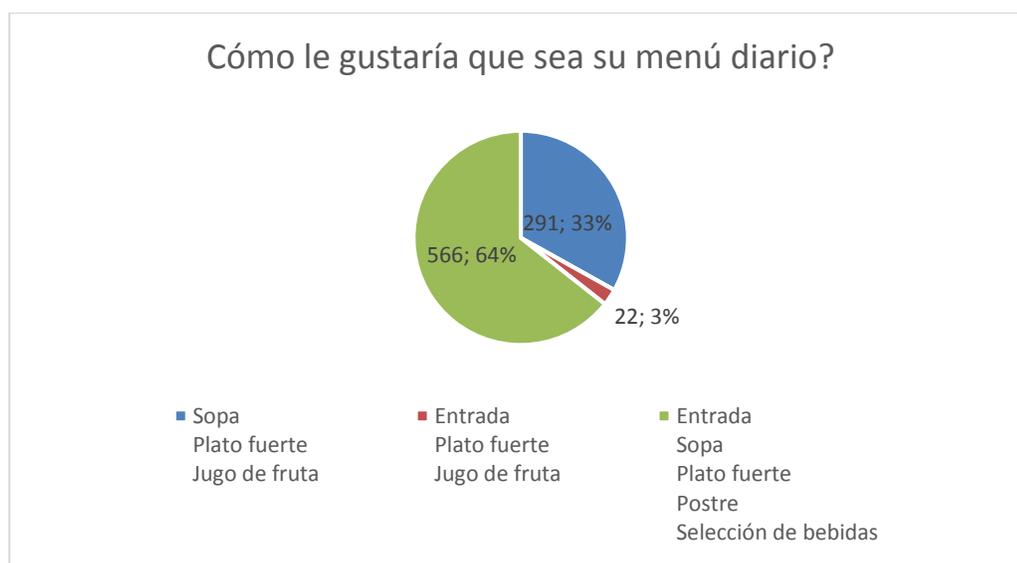
Tabla 14. Pregunta 9. Tabulación

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Sopa/Plato fuerte/Jugo de fruta	291	33
Entrada/Plato fuerte/Jugo de fruta	22	3
Entrada/Sopa/Plato fuerte/Postre/Selección de bebidas	566	64
TOTAL	879	100,0

Fuente: Empleados y Trabajadores del PIT

Elaborado por: F. Chiriboga

Ilustración 17. Pregunta 9 Cómo le gustaría que sea su menú diario.



Fuente: Empleados y Trabajadores del PIT

Elaborado por: F. Chiriboga

Interpretación: Se puede observar de acuerdo al gráfico que el 64% que corresponde a la mayoría de los encuestados les gustaría recibir como menú entrada, sopa, plato fuerte, postre y selección de bebidas, esto es muy comprensible debido a que la mayoría de encuestados son obreros y trabajadores que realizan grandes esfuerzos físicos y consumen más calorías.

10. ¿Quién asume los gastos de su alimentación?

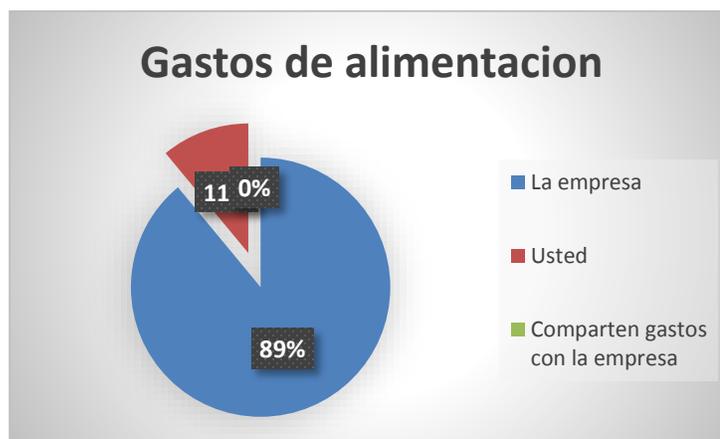
Tabla 15. Pregunta 10. Tabulación

VARIABLE	FRECUENCIA	%
La empresa	780	89
Usted	99	11
Comparten gastos con la empresa	0	0
TOTAL	879	100

Fuente: Empleados y Trabajadores del PIT

Elaborado por: F. Chiriboga

Ilustración 18. Pregunta 10. Gastos de alimentación.



Fuente: Empleados y Trabajadores del PIT

Elaborado por: F. Chiriboga

Interpretación: Las empresas en su gran mayoría es decir el 89% asumen los gastos de la alimentación de los trabajadores.

11. ¿Realizan en su empresa eventos de tipo social o corporativo?

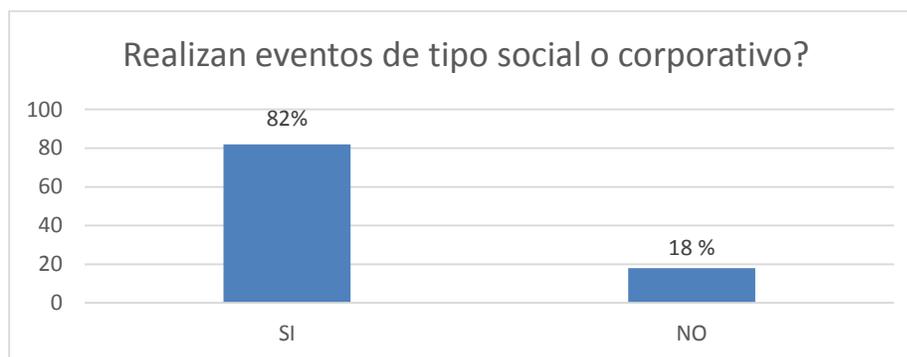
Tabla 16. Pregunta 11. Tabulación.

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Si	718	82
No	161	18
TOTAL	879	100,0

Fuente: Empleados y Trabajadores del PIT

Elaborado por: F. Chiriboga

Ilustración 19. Pregunta 11. Realizan eventos de tipo social corporativo



Fuente: Empleados y Trabajadores del PIT

Elaborado por: F. Chiriboga

Interpretación: El 82% de trabajadores expresó que si realizan en las empresas eventos de tipo social.

12. ¿Qué tipo de eventos realizan en su empresa?

Tabla 17. Pregunta 12. Tabulación

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Reuniones sociales	879	100
Convenciones	0	0
Seminarios	0	
Talleres	0	0
TOTAL	879	100

Fuente: Empleados y Trabajadores del PIT

Elaborado por: F. Chiriboga

Ilustración 20. Pregunta 12. Tipos de eventos.



Fuente: Empleados y Trabajadores del PIT

Elaborado por: F. Chiriboga

Interpretación: En todas las empresas encuestadas los trabajadores y empleados respondieron que los eventos que realizan son de tipo social, festejan navidad, el día del trabajador y en algunas se celebra los aniversarios de la empresa.

13. ¿Contratan servicios de catering para cubrir los eventos de su empresa?

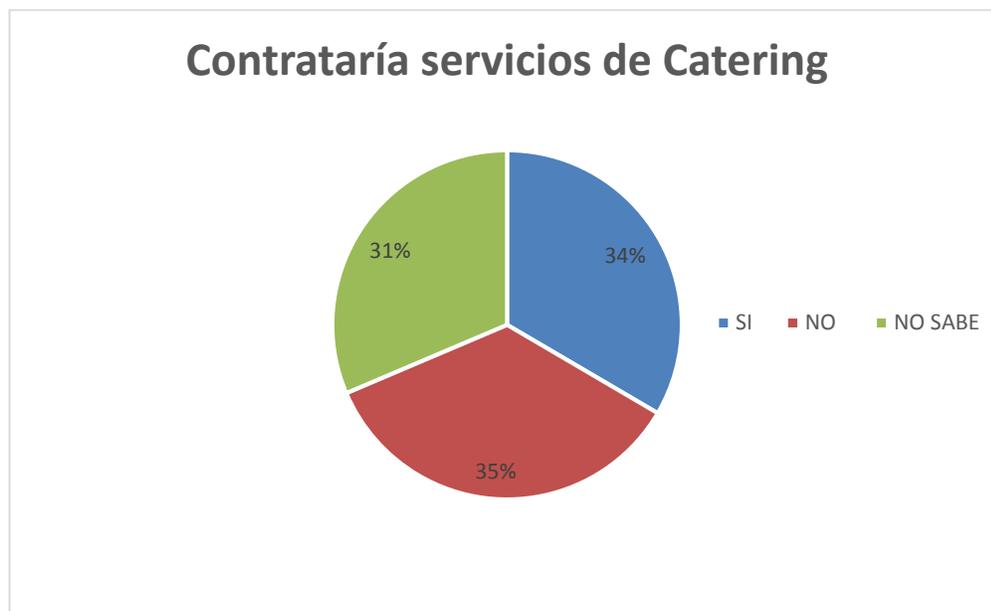
Tabla 18. Pregunta 13 Tabulación

VARIABLE	FRECUENCIA	%
SI	294	34
NO	309	35
NO SABE	276	31
TOTAL	879	100,0

Fuente: Empleados y Trabajadores del PIT

Elaborado por: F. Chiriboga

Ilustración 21. Pregunta 13. Contrataría servicios de Catering



Fuente: Empleados y Trabajadores del PIT

Elaborado por: F. Chiriboga

Interpretación: El 35% de los encuestados contestó que no contrataban el servicio de catering ya que la misma empresa brinda el servicio, el 34% respondió que si contrataban el servicio de catering y un 31% que es considerable respondió que no sabía, que ellos solo participaban en los eventos.

2.5.2.2. Análisis e Interpretación de las encuestas aplicadas a representantes de las empresas.

Se encuestaron a 12 personas entre jefes de personal, jefes de área y secretarías de gerencia de las empresas consideradas como muestra, se obtuvieron los resultados que se presentan a continuación.

1. ¿Cuántos empleados en total tiene su empresa?

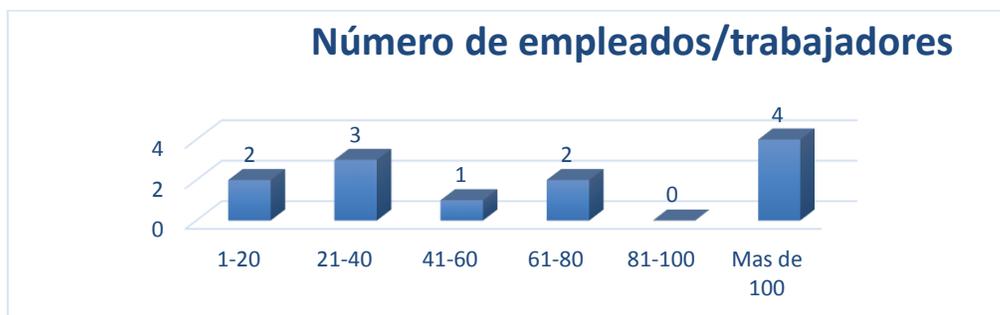
Tabla 19. Pregunta 1. Tabulación

VARIABLE	FRECUENCIA	%
1-20	2	17
21-40	3	25
41-60	1	8
61-80	2	17
81-100	0	0
Más de 100	4	33
TOTAL	12	100

Fuente: Empleados y Trabajadores del PIT

Elaborado por: F. Chiriboga

Ilustración 22. Pregunta 1. Número de empleados/trabajadores



Fuente: Empleados y Trabajadores del PIT

Elaborado por: F. Chiriboga

Interpretación: En las doce empresas en estudio se encontró que existen empresas grandes que poseen más de 100 trabajadores y también encontramos microempresas con un número de trabajadores que oscila de 0 a 20.

2. ¿Actualmente en la empresa existe servicio de bar o comedor?

Tabla 20. Pregunta 2. Tabulación

VARIABLE	FRECUENCIA	%
SI	8	93,3
NO	4	6,7
TOTAL	12	100,0

Fuente: Empleados y Trabajadores del PIT

Elaborado por: F. Chiriboga

Ilustración 23. Servicio de Bar o Comedor



Fuente: Empleados y Trabajadores del PIT

Elaborado por: F. Chiriboga

Interpretación: 8 empresas encuestadas si poseen un comedor para uso de sus empleados y trabajadores.

3. El servicio de alimentación para el personal de su empresa es:

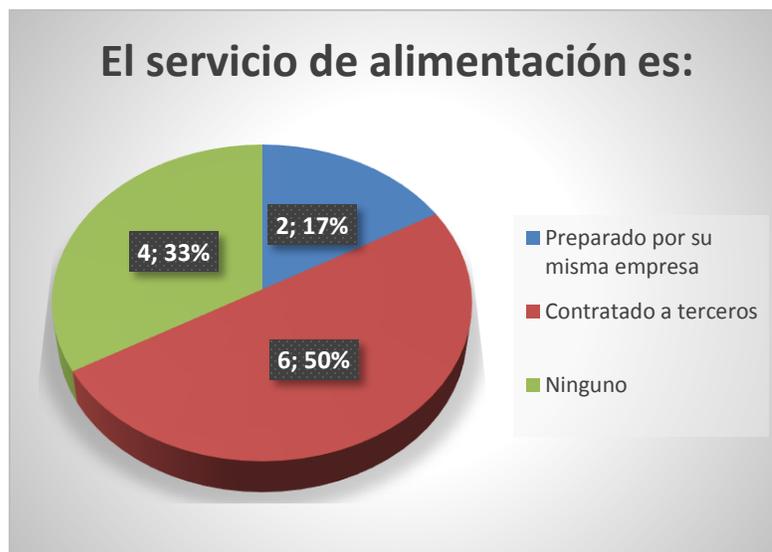
Tabla 21. Pregunta 3. Tabulación

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Preparado por su misma empresa	2	8
Contratado a terceros	6	58
Ninguno	4	33
TOTAL	12	100

Fuente: Empleados y Trabajadores del PIT

Elaborado por: F. Chiriboga

Ilustración 24. Pregunta 3. El servicio de alimentación es:



Fuente: Empleados y Trabajadores del PIT

Elaborado por: F. Chiriboga

Interpretación: 2 empresas tienen su propio servicio de alimentación; es decir cuentan con personal de planta para que preparen los alimentos de sus trabajadores, 6 empresas contratan los servicios a terceros y 4 no tienen ningún servicio de comedor por lo tanto sus empleados y trabajadores llevan sus alimentos o los consumen en locales de los alrededores.

4. La calidad del servicio que le ofrecen la valoraría como:

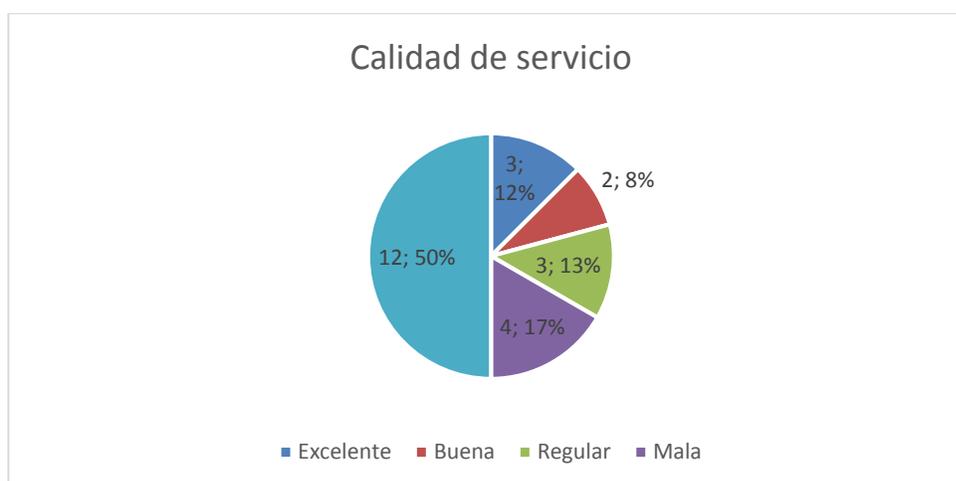
Tabla 22. Pregunta 4. Tabulación

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Excelente	3	25
Buena	2	17
Regular	3	25
Mala	4	33
TOTAL	12	100

Fuente: Empleados y Trabajadores del PIT

Elaborado por: F. Chiriboga

Ilustración 25. Pregunta 4. Calidad de servicio



Fuente: Empleados y Trabajadores del PIT

Elaborado por: F. Chiriboga

Interpretación: 3 encuestados expresan que el servicio es excelente y 2 bueno, regular responden 3 y 4 personas dicen que es mala por cuanto corresponden a las empresas que no brindan el servicio de comedor a sus empleados y trabajadores. Que un 42% se encuentra conforme con el servicio prestado, existe un 58% al cual se podría acceder para brindar los servicios de catering.

5. Los gastos de alimentación de empleados y trabajadores los asume:

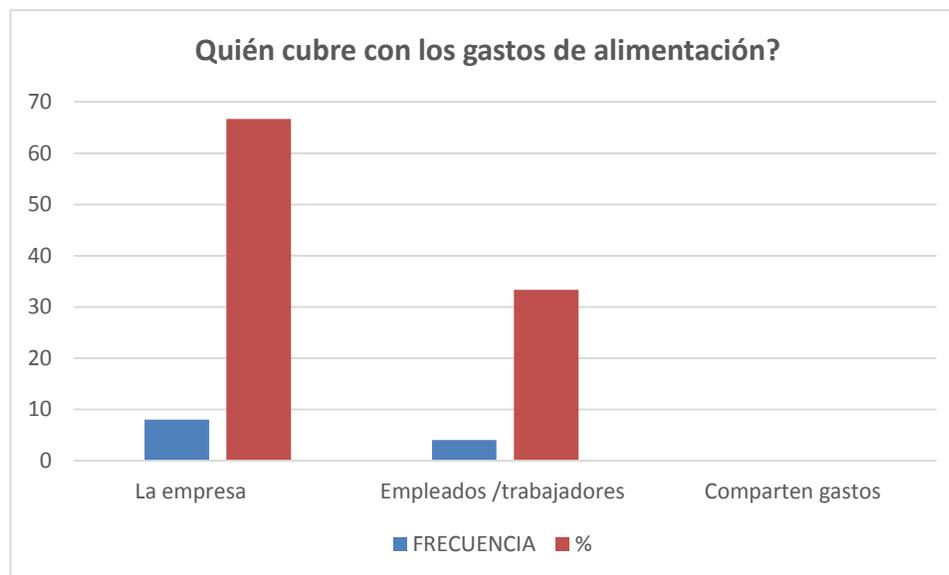
Tabla 23. Pregunta 5. Tabulación

VARIABLE	FRECUENCIA	%
La empresa	8	67
Empleados /trabajadores	4	33
Comparten gastos	0	0
TOTAL	12	100

Fuente: Empleados y Trabajadores del PIT

Elaborado por: F. Chiriboga

Ilustración 26. Pregunta 5. Quién cubre con los gastos de alimentación



Fuente: Empleados y Trabajadores del PIT

Elaborado por: F. Chiriboga

Interpretación: 8 de las 12 personas que representan a las empresas han expresado que es la empresa quienes asumen con los gastos de alimentación.

6. ¿Desearía que exista en el sector, proveedores que brinden el servicio de alimentación a domicilio para su empresa?

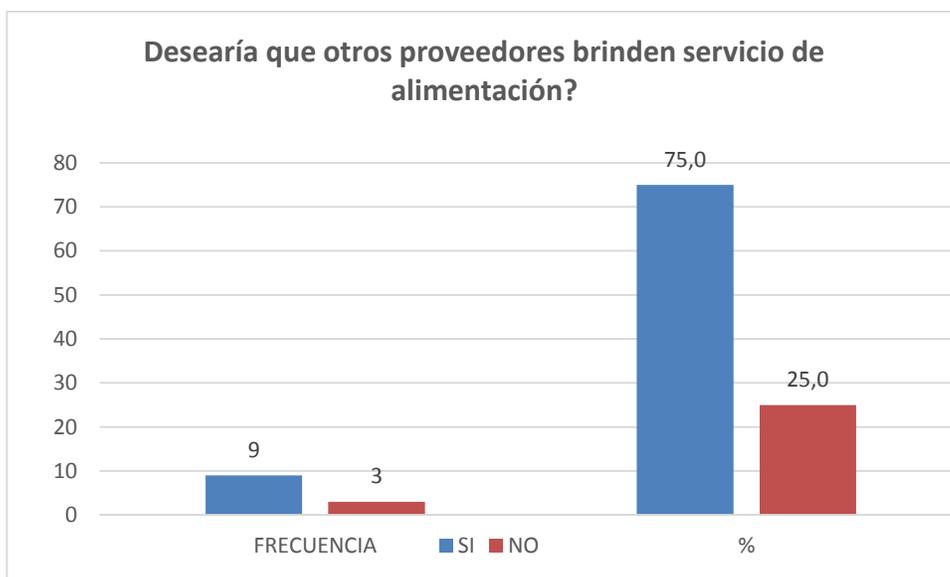
Tabla 24. Pregunta 6. Tabulación

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Si	9	75,0
No	3	25,0
TOTAL	12	100,0

Fuente: Empleados y Trabajadores del PIT

Elaborado por: F. Chiriboga

Ilustración 27. Pregunta 6. Desearía que otros proveedores brinden servicio de alimentación



Fuente: Empleados y Trabajadores del PIT

Elaborado por: F. Chiriboga

Interpretación: 9 de 12 personas manifiestan que si desearían que exista otras empresas que provean el servicio de alimentación ya que de esa forma existiría competencia y mejoraría la oferta.

7. Si la empresa contratara un servicio de catering como le gustaría que sea el Servicio

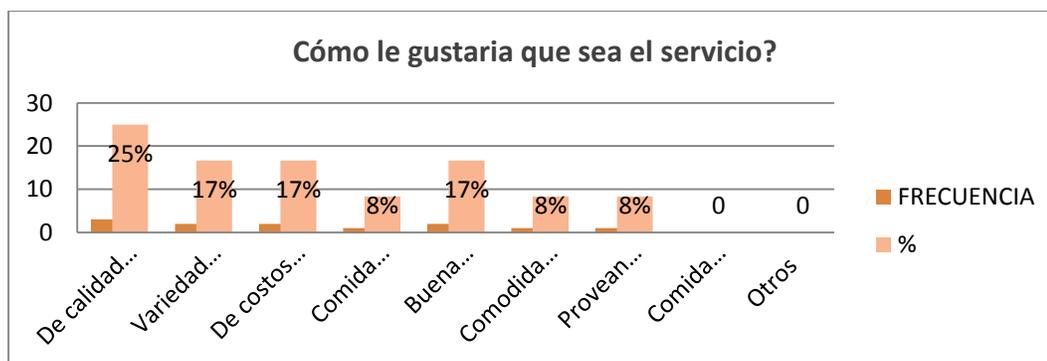
Tabla 25. Pregunta 7. Tabulación

VARIABLE	FRECUENCIA	%
De calidad sin importar el costo	3	25
Variedad en las preparaciones	2	17
De costos razonables	2	17
Comida Nacional	1	8
Buena atención en el servicio	2	17
Comodidad en el pago	1	8
Provean de alimentos sanos	1	8
Comida internacional	0	0
Otros	0	0
TOTAL	12	100

Fuente: Empleados y Trabajadores del PIT

Elaborado por: F. Chiriboga

Ilustración 28. Pregunta 7. Cómo le gustaría que sea el servicio?



Fuente: Empleados y Trabajadores del PIT

Elaborado por: F. Chiriboga

Interpretación: 3 encuestados que corresponde al 25% respondieron que el servicio debería ser de calidad sin importar el precio, el 51% se distribuye en las variables con 17% cada uno, variedad de la preparaciones, costos razonables y buena atención en el servicio, y por último un 24% comparten sus porcentajes diciendo que el servicio debería proporcionar comida nacional, debería haber comodidad en el pago y que se provean de alimentos sanos. Con estos datos podemos observar que todos los encuestados desean de una u otra manera un servicio completo y eficaz.

8. Los alimentos que consumen sus empleados son:

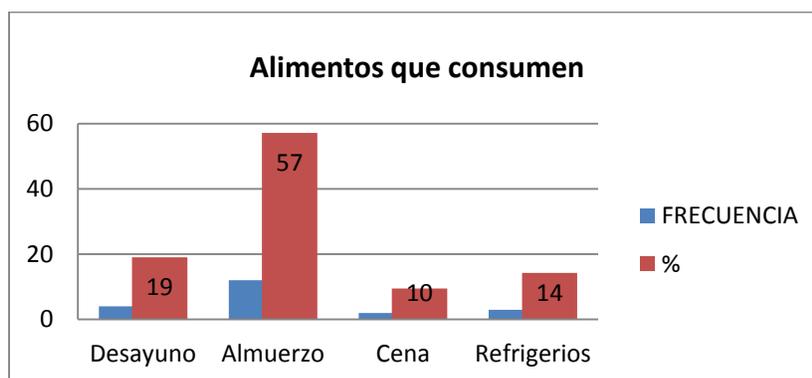
Tabla 26. Pregunta 8. Tabulación

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Desayuno	4	19
Almuerzo	12	57
Cena	2	10
Refrigerios	3	14
TOTAL	21	100

Fuente: Empleados y Trabajadores del PIT

Elaborado por: F. Chiriboga

Ilustración 29. Pregunta 8. Alimentos que consumen



Fuente: Empleados y Trabajadores del PIT

Elaborado por: F. Chiriboga

Interpretación: Se observa que los trabajadores de las empresas consumen los tres alimentos básicos como son el desayuno, el almuerzo y la cena, es necesario manifestar que el número de frecuencias es superior a la muestra (12 empresas) porque en algunas de ellas tiene doble turno y consumen sea el desayuno, la cena a más del almuerzo.

9. El menú debería contener:

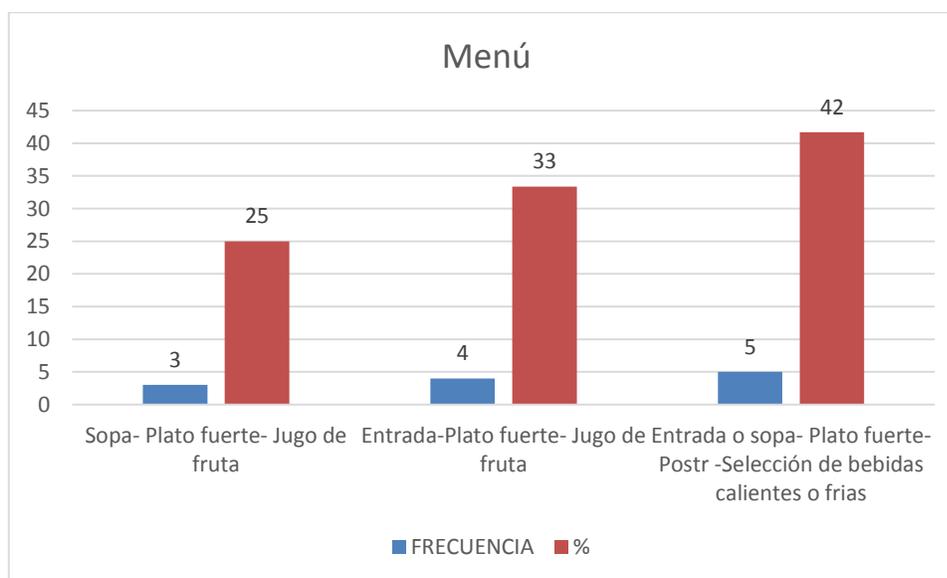
Tabla 27. Pregunta 9. Tabulación

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Sopa- Plato fuerte- Jugo de fruta	3	25
Entrada-Plato fuerte- Jugo de fruta	4	33
Entrada o sopa- Plato fuerte- Postre - Selección de bebidas calientes o frías	5	42
TOTAL	12	100

Fuente: Empleados y Trabajadores del PIT

Elaborado por: F. Chiriboga

Ilustración 30. Pregunta 9. Menú



Fuente: Empleados y Trabajadores del PIT

Elaborado por: F. Chiriboga

Interpretación: EL 42% de encuestados desearía que el menú del almuerzo contenga entrada, sopa, plato fuerte, postre y selección de bebidas, el 33% desearía entrada, plato fuerte y fruta, por último tenemos un 25% que corresponde a 3 personas desearía un menú conformado por sopa, plato fuerte y jugo de fruta.

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar en la alimentación de sus empleados y trabajadores por un almuerzo?

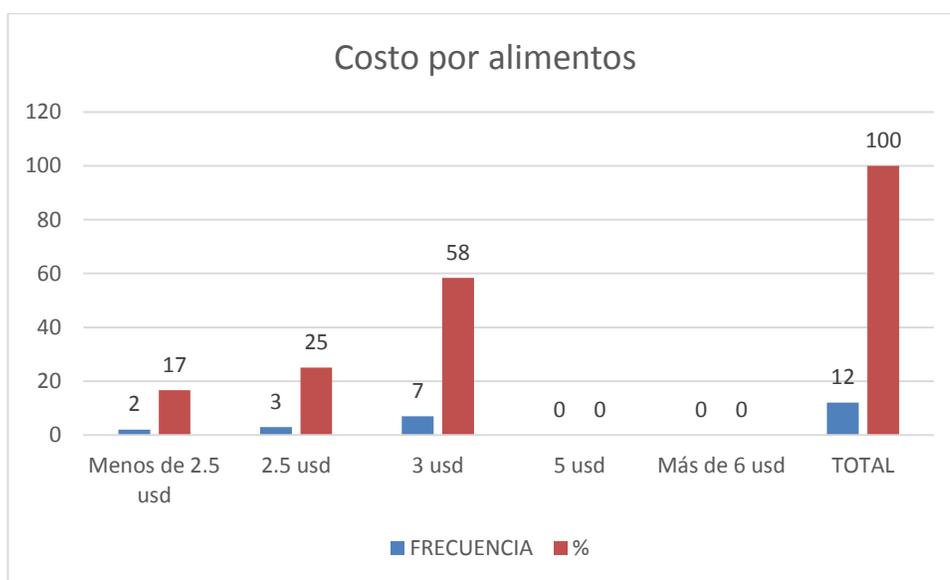
Tabla 28. Pregunta 10. Tabulación

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Menos de 2.5 usd	2	17
2.5 usd	3	25
3 usd	7	58
5 usd	0	0
Más de 6 usd	0	0
TOTAL	12	100

Fuente: Empleados y Trabajadores del PIT

Elaborado por: F. Chiriboga

Ilustración 31. Pregunta 10. Costo por alimentos



Fuente: Empleados y Trabajadores del PIT

Elaborado por: F. Chiriboga

Interpretación: 7 personas encuestadas han expresado que el costo que estaría dispuestas a pagar las empresas por el almuerzo de sus empleados es de 3 dólares, 3 pagarían hasta 2,5 dólares y 2 pagarían menos de 2,5 dólares. Estos resultados contradecirían con la pregunta 9 ya que no se podrían brindar un servicio completo (entrada, sopa, plato fuerte, postre y variedad de bebidas) con tres dólares.

11. ¿Realizan en su empresa eventos de tipo social o corporativo?

Tabla 29. Pregunta 11. Tabulación

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Si	12	100
No	0	0
TOTAL	12	100

Fuente: Empleados y Trabajadores del PIT

Elaborado por: F. Chiriboga

Ilustración 32. Pregunta 29. Realizan en su empresa eventos de tipo social o corporativo



Fuente: Empleados y Trabajadores del PIT

Elaborado por: F. Chiriboga

Interpretación: En todas las empresas se realizan eventos.

12. ¿Qué tipo de eventos realizan en su empresa?

Tabla 30. Pregunta 12. Tabulación

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Reuniones Sociales	12	100
Seminarios	0	0
Convenciones	0	0
Talleres	0	0
TOTAL	12	100

Fuente: Empleados y Trabajadores del PIT

Elaborado por: F. Chiriboga

Ilustración 33. Pregunta 12. Tipos de eventos



Fuente: Empleados y Trabajadores del PIT

Elaborado por: F. Chiriboga

Interpretación: Los eventos que realizan son de tipo social. No hay evidencia de que se realicen eventos de otra índole, se especula que pueda ser por la falta de oferta.

13. ¿Qué servicios le gustaría que le brinde la empresa de catering y eventos?

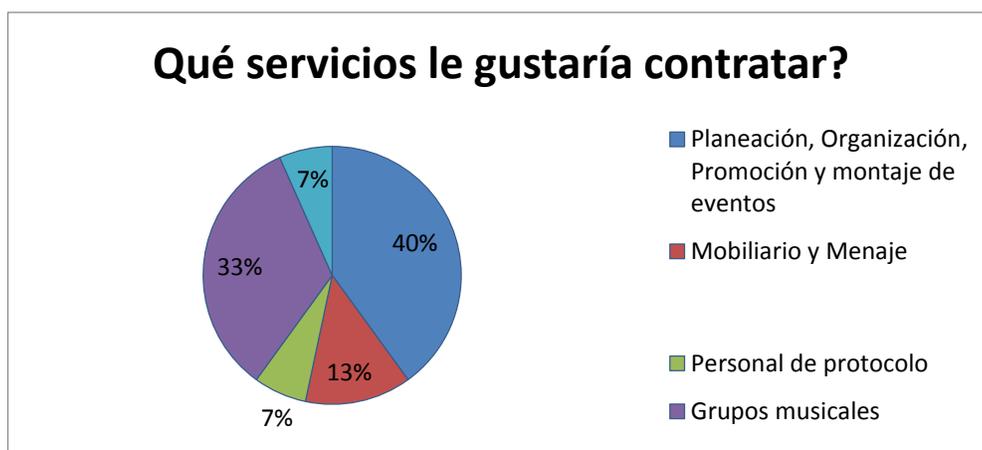
Tabla 31. Pregunta 13. Tabulación

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Planeación, Organización, Promoción y montaje de eventos	6	42
Mobiliario y Menaje	2	17
Personal de protocolo	1	8
Grupos musicales	5	25
Equipos e iluminación	1	8
TOTAL	15	100

Fuente: Empleados y Trabajadores del PIT

Elaborado por: F. Chiriboga

Ilustración 34. Pregunta 13. Qué servicios le gustaría contratar



Fuente: Empleados y Trabajadores del PIT

Elaborado por: F. Chiriboga

Interpretación: Se puede apreciar que 6 de las empresas encuestadas desearía contratar un servicio de catering completo, 5 contratarían grupos musicales, 2 contratarían el servicio mobiliario y menaje y por último 2 comparten porcentajes, ya que desearían contratar personal de protocolo o equipos e iluminación. Aquí también se puede observar un número superior a la muestra puesto que existen empresas que contrarían varios servicios a la vez.

14. ¿La empresa contrataría los servicios de Catering y eventos cuando lo necesitare? (**intención de compra**).

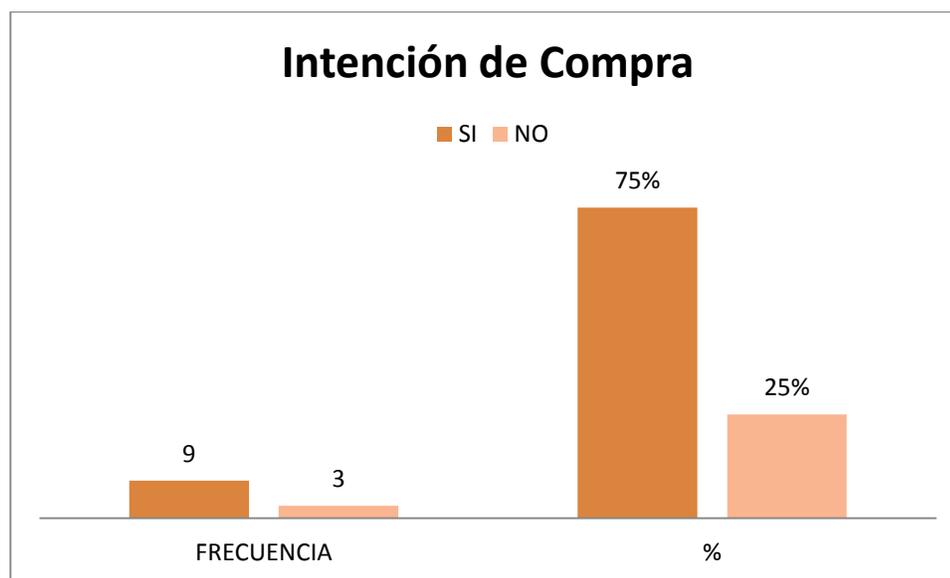
Tabla 32. Pregunta 14. Tabulación

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Si	9	75
No	3	25
TOTAL	12	100

Fuente: Empleados y Trabajadores del PIT

Elaborado por: F. Chiriboga

Ilustración 35. Pregunta 14. Intención de compra



Fuente: Empleados y Trabajadores del PIT

Elaborado por: F. Chiriboga

Interpretación: 9 empresas es decir el 75%, estarían dispuestas a contratar servicio de catering.

2.5.3. Conclusiones y recomendaciones del Estudio de Mercado.

2.5.3.1. CONCLUSIONES

Una vez analizados los datos de la investigación aplicada a 12 empresas del Parque Industrial Turubamba, se puede colegir que:

- a) El 75% de las empresas encuestadas estarían interesadas en que exista en el PIT una empresa de Catering industrial que provea los servicios de alimentación ya que de esa forma existiría competencia y se mejoraría la oferta.
- b) De las empresas encuestadas y ubicadas en el PIT se determinó que existen 879 plazas de trabajo.
- c) El 58% de las empresas encuestadas brindan el servicio de alimentación a sus empleados y trabajadores y lo contratan a terceras personas.
- d) El 67% de las empresas encuestadas asumen el costo de alimentación para sus empleados y el 33% restante es decir 4 empresas lo asumen cada empleado.
- e) Los recursos que estarían dispuestos a invertir las empresas y empleados en alimentación está en un promedio de 3 dólares por almuerzo y por persona.
- f) De la observación directa se pudo deducir que en el sector del Parque Industrial, existen 4 restaurantes y 2 comedores improvisados que proveen alimentación a los trabajadores del sector. Además se pudo apreciar que 2 de estos restaurantes están cerrados y los comedores improvisados abastecen alimentos de dudosa calidad y no cumplen con las normas de higiene y preparación de alimentos adecuados. Ver Fotos en Anexos de la investigación.

- g) Los empleados y trabajadores en un 50% y los representantes de las empresas en un 58% manifestaron no encontrarse satisfechos con los servicios de alimentación que les brindan ya que no se sirven alimentos sanos; de esta manera se podría mirar como una oportunidad para brindar los servicios de catering en el sector.
- h) El 42% de empresas encuestadas desearía que el menú a la hora del almuerzo este compuesto de una entrada o sopa, un plato fuerte, postre y bebida. Esto concuerda con el 54% de empleados encuestados en referente al contenido del menú.
- i) De la observación también se pudo apreciar que en el complejo industrial Turubamba, las redes viales se encuentran en mal estado, se observaron calles que no se encuentran aún asfaltadas ni adoquinadas.
- j) En las empresas en estudio se realizan eventos de tipo social como celebración del día del trabajo, navidad, año nuevo y fundación de la empresa, para lo cual contratan servicios de catering como mobiliario y menaje, alimentos, amplificaciones, por lo que se puede deducir que es un buen mercado para iniciar una empresa que brinde los servicios mencionados.

2.5.3.2. RECOMENDACIONES:

- a) Se recomienda a las empresas, mirar otras alternativas de servicio de alimentación y catering en general con el fin de mejorar los mismos.
- b) Aplicar este proyecto en el Parque Industrial Turubamba, ya que es una área en pleno crecimiento industrial.
- c) Captar por lo menos el 10% de la demanda insatisfecha del mercado durante cada uno de los años subsiguientes.

- d) Las empresas para mejorar los servicios de alimentación deberían incrementar el presupuesto asignado para este rubro, así se podría brindar el menú que el personal y trabajadores sugiere.
- e) El I Municipio de Quito debería prestar los servicios de vialidad para motivar a las empresas a trasladarse hacia el complejo industrial.

2.6. Direccionamiento Estratégico de la Empresa.

El direccionamiento de una empresa nos faculta diseñar las gestiones que gerenciaran a la unidad de negocio a corto, mediano y largo plazo, donde se establecerá: Misión, Visión, objetivos y Valores corporativos para alcanzar el pleno progreso y funcionalidad de la empresa en su desarrollo.

2.6.1. Razón Social.

F J Catering Solutions

La empresa tendrá el nombre de FJ el cual hace alusión a los nombres de: el primero del autor del proyecto y el segundo del otro inversionista, los cuales tienen una connotación familiar, y Catering Solutions, que hace referencia a la solución de todas las necesidades de Catering o Restauración que pueda tener una empresa.

2.6.2. Logotipo.

Es un mecanismo gráfico que utilizan las empresas para identificarse ante la sociedad para poder distinguirse de las demás. Para FJ Catering Solutions se ha diseñado el siguiente logotipo:



Gráfico: el gráfico hace alusión a los nombres de los fundadores del proyecto, donde se evidencia el profesionalismo al tener presente un gorro de chef.

Colores:

El *fucsia* es una tonalidad colmada de energía, pasión y personalidad. Expresa vitalidad, entusiasmo, felicidad, afecto y despierta nuestro lado artístico.

El *azul* es el color del agua, del cielo, del planeta, por lo tanto es color de vida, de crecimiento, de esperanza y de futuro.

Slogan: Como lo indica el Slogan el motivo de FJ Catering Solutions es resolver las necesidades de alimentación y restauración de las empresas e industrias del parque Industrial de Turubamba.

2.6.3. Misión.

Es la razón de ser de la empresa, permite saber el propósito y lo que la distingue de las demás empresas.

“Brindar el mejor sistema de alimentación industrial, restauración y eventos del sector, con un servicio de excelencia, saludable y oportuno para todos nuestros clientes garantizando

2.6.4. Visión.

Es la meta futura de la empresa, es decir a dónde quiere llegar la misma durante su desarrollo.

“Posicionarnos como la mejor empresa de catering industrial y eventos en el mercado, además de ser reconocidos por la calidad y gama de nuestros productos.”

2.6.5. Valores Corporativos.

Es la representación de las convicciones y la filosofía de la empresa que los aplicará y plasmará en su producto.

- **Puntualidad:** compromiso de respetar los tiempos de entregas, sin descuidar la calidad de nuestros productos.
- **Proactividad:** la mejor característica de nuestro talento humano para el desarrollo de nuestra empresa, que se ve plasmado en calidad de producto.
- **Responsabilidad:** tanto social como corporativa es el compromiso de la empresa.
- **Originalidad:** el cliente siempre tendrá la garantía de calidad de encontrar productos nuevos y novedosos en nuestra oferta.
- **Seguridad:** nuestros procesos y materia prima garantizan una óptima inocuidad de los productos.

2.6.6. Objetivos Organizacionales.

Los objetivos de la empresa son de valiosa importancia, ya que con ellos la empresa se fijara la meta de toda organización que es el éxito y la trascendencia en el tiempo, integrando todos sus departamentos para este fin en común.

2.6.6.1. Objetivo General.

Consolidar a la empresa como la predilecta del mercado meta y ser identificados por la garantía de calidad y de servicio de nuestro producto y personal.

2.6.6.2. Objetivos Específicos.

- Ser una empresa consolidada administrativa y económicamente.
- Mantener una responsabilidad social y corporativa.
- Ser reconocidos por nuestros clientes y proveedores.
- Instaurar una reputación apropiada con los clientes, para impulsar el crecimiento de la cartera de clientes.
- Ser una empresa rentable en el tiempo.
- Garantizar la constante capacitación e innovación con el producto.

2.6.7. Estrategias de Comercialización.

Rodríguez, 2011 nos dice que, El propósito fundamental de las estrategias de una empresa es alcanzar los objetivos trazados en su plan estratégico, que en términos de marketing sería diseñar un conjunto de estrategias que le permita desarrollar y alcanzar ventajas competitivas en relación con la competencia. Para conseguirlo se debe apoyar en un

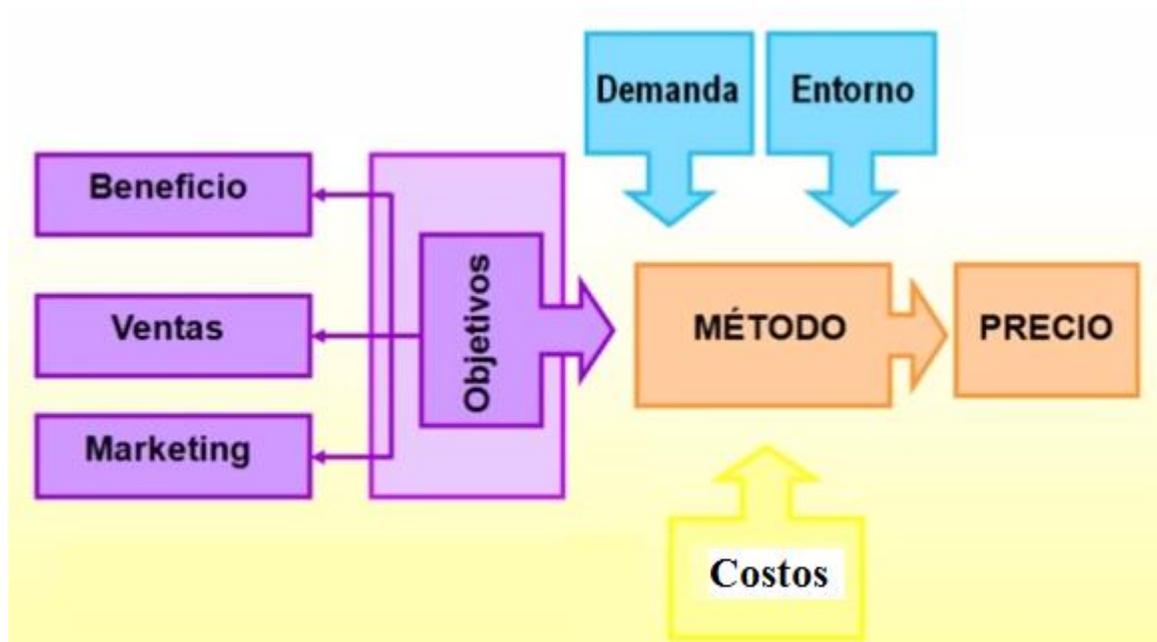
instrumento primordial del marketing que es el mix de marketing: precio, producto, promoción y distribución. (pág. 69)

2.6.7.1. Estrategias de Precios.

“La diferencia entre determinar los precios y fijarlos de forma estratégica es la misma que hay entre reaccionar a las condiciones del mercado o gestionarlas de forma efectiva.” (Eslava, 2012, pág. 21)

Es importante tener en cuenta que las estrategias de precio deben estar alineadas al 100% tanto con las demás estrategias establecidas de producto, promoción y distribución como con los objetivos de la empresa. F J Catering Solutions ha determinado considerar los siguientes factores para determinar las estrategias de precios en el mercado.

Ilustración 36. Políticas de Precios



Elaborado por: Fernando Chiriboga.

El diseño de las estrategias de precios para el proyecto se detalla a continuación:

- El precio será sensible de la calidad del producto a ofertarse. No se refiere a un precio bajo ni de reducción de costos, al contrario hablamos de variedad de precios desde bajos, razonables hasta altos para que el cliente lo relacione con una mejor calidad y estatus.
- El precio será expresivo de la calidad del producto y del conjunto de servicios que se ofertaran. El rubro a pagar dependerá del menú o el tipo de servicio seleccionado.
- Los precios serán competitivos acorde a la situación actual del mercado. El precio se fijará de acuerdo a la competencia indirecta, para cuando ya se haya obtenido clientes fijos, el precio será determinado en función de la calidad del producto, así generaremos un mayor índice de ganancias. El costo de los productos se verán afectados por la variación del precio, por lo que se negociará con los proveedores el precio más ventajoso para que el precio al público no sea excesivo.

2.6.7.2. Estrategias de producto y servicio.

La empresa desarrollara las estrategias de diferenciación de producto y servicio, a través de:

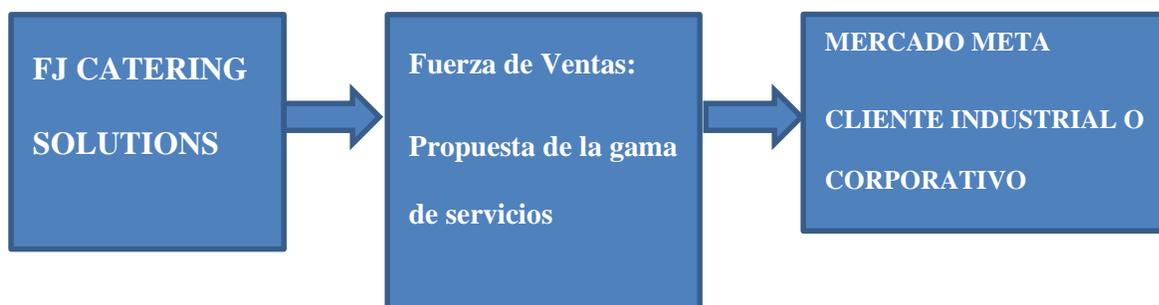
- Adaptabilidad a los requerimientos y necesidades del mercado, proponiendo un servicio de exclusividad y proactivo en función de los gustos y necesidades.
- Proponer un servicio personalizado con una asesoría permanente en cada evento.
- Garantizar una materia prima de óptima calidad y procesos estandarizados.

- Personal capacitado y profesional para alcanzar una garantía de calidad.
- Mantener la originalidad y la innovación en los productos y servicios a ofertarse.
- Innovación en tendencias para la organización de eventos.
- Disponibilidad inmediata de servicios complementarios.
- Alianzas estratégicas con locales de eventos, artistas y proveedores para la prestación total de los servicios.

2.6.7.3. Estrategias de Distribución.

Ya que la empresa ofrecerá servicios y productos con características y atenciones tan especiales como lo es la alimentación y restauración, las empresas consumidoras requieren que se les garantice la mayor garantía de calidad posible. La empresa será quien administre el servicio y el producto y será quien tendrá el contacto directo con los clientes. De esta manera se demuestra el estándar del canal de distribución con el siguiente gráfico.

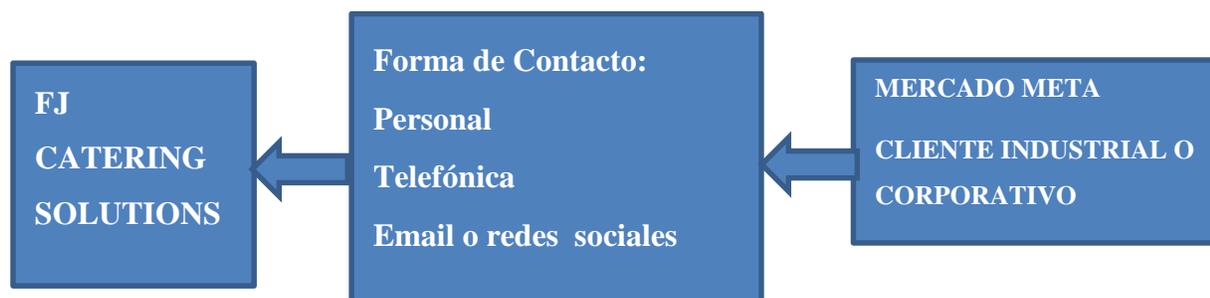
Ilustración 37. Distribución por ventas de la empresa



Elaborado por: Fernando Chiriboga.

La presentación al mercado más idónea para la empresa es la distribución selectiva ya que una de sus particularidades es que es más eficiente cuando los clientes deben destinar tiempo a la averiguación y selección del servicio, esto es beneficioso para la empresa ya que todos los clientes corporativos deben coordinar y elegir a sus proveedores de forma muy cuidadosa ya que el prestigio está en juego al efectuar cualquier actividad empresarial y de negocios.

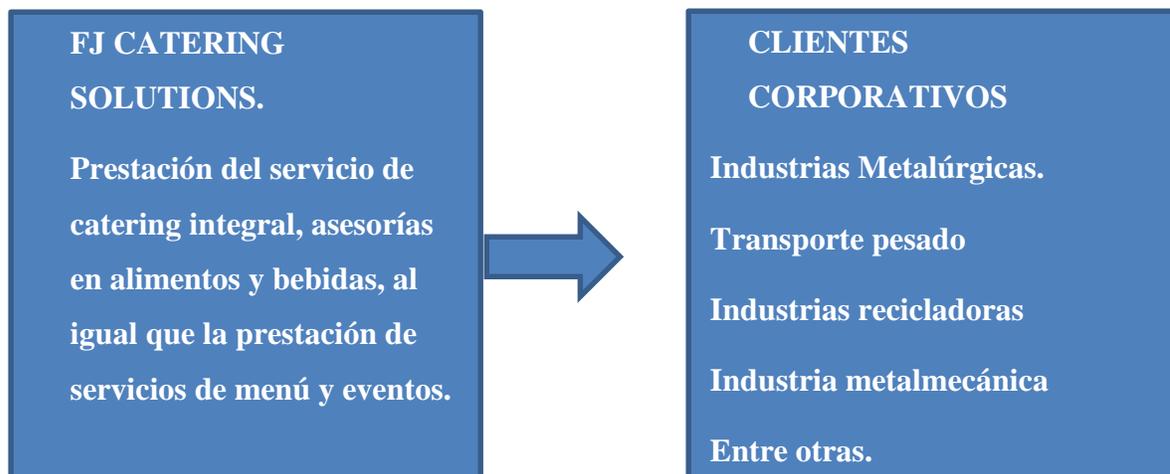
Ilustración 38. Distribución por requerimiento de los clientes



Elaborado por: Fernando Chiriboga

En el canal de distribución directo, la empresa tendrá dos maneras de ofertar el servicio: la primera por pedido de los clientes para que se atienda sus eventos y catering, y la segunda la fuerza de ventas saldrá a captar mercado y a ofrecer los servicios profesionales a través de ventas personales. A continuación se muestran como:

Ilustración 39. Canal de Distribución Directo.



Elaborado por: Fernando Chiriboga

2.6.7.4. Estrategias de Promoción o Comunicación.

Plan de publicidad.

Objetivos

- Dar a conocer la empresa consolidando los conceptos vanguardistas y de exclusividad que tiene la gama de productos propuesta por FJ Catering Solutions.
- Posicionar el servicio y sus productos en las mentes de los clientes, como selecta y de calidad total, además sustentado por los valores de la responsabilidad y el compromiso con los clientes.
- Crear un foro de opinión en la web donde la empresa consiga interactuar con sus clientes y obtener una retroalimentación constante.

Audiencia meta

Todas las empresas e industrias del Parque Industrial Turubamba en el sur de Quito
Sector de Guamaní.

Propuesta de la campaña publicitaria y el plan de medios electrónicos e impresos.

La estrategia que se quiere desarrollar es la de instaurar una publicidad motivacional y legítima donde se rememore la seriedad y el profesionalismo de la empresa, comprometida con las necesidades de los clientes al presentarles soluciones llenas de innovación y creatividad que permitan dar calidad y distinción a los clientes que contraten el servicio de FJ Catering Solutions. En el segmento motivacional se pretende animar a que las empresas observen una nueva manera de hacer cocina que se puede combinar magníficamente con los negocios, estrechando los lazos empresariales entre el usuario y sus clientes. Lo fundamental es que los clientes se sientan respaldados en sus eventos sociales y de negocios, ya que están depositando la confianza del éxito de sus eventos en las manos de una empresa profesional y con un alto sentido de pertenencia y responsabilidad para con sus clientes.

A continuación se muestra cómo quedaría la publicidad en redes sociales. Adicional el diseño de su portal web:

En Twitter;

The image shows a Twitter profile for **FJ Catering Solutions** (@fjcateringsolutions). The profile includes a header with the company name, logo, and statistics: 12 tweets, 14 following, and 8 followers. Below the header is a 'Tendencias' (Trends) section with hashtags like #UstedGanó, #EntrevistaPastaza, and #LDUQ. A notification bar indicates '13 nuevas peticiones de seguimiento' (13 new follow requests). The main content area displays two tweets. The first tweet is from 'Revista 15 a 20' (@15a20) featuring a video of a bowl of raspberries and blueberries. The second tweet is from 'Celulitis Nunca Más' (@nocelulitis) with a link to a diet article. At the bottom, there is a 'Fotos' (Photos) section with a grid of images showing people and food.

En Facebook;

Facebook search bar: Busca personas, lugares y cosas

Page Name: FJ Catering Solutions Inicio 20+

FJ Catering Solutions

Biografía Información Amigos 230 Fotos Más

AMIGOS · 230

- Yalina Borja
- Fabrizio Aguirre
- Mafer Borja
- Miguel Silva
- Javier Fernando Paillacho
- Jimena Arias
- Piedad Romero
- Miguel Paredes
- Jacqueline Portugal

Estado Foto/video Acontecimiento importante

¿Qué estás pensando?

FJ Catering Solutions
23 de diciembre de 2014 ·

Nuestra Recomendación

En la web;

Se ha contratado los servicios de Intelsolec Solutions para la elaboración de las herramientas Web así como los medios impresos de publicidad y el video institucional que se utilizara en el lanzamiento, crecimiento, posicionamiento y madurez del producto en el mercado.

Más información llamar : 02 2190684 ó info@fjcateringsolutions.com

Quiénes Somos Catering Menaje Decoración Sonido e Iluminación Eventos

Somos especialistas en resolver tus necesidades

Special Offer!

Eventos Empresariales oferta especial !!!!
Cursos, seminarios, capacitaciones, celebraciones, aniversarios.

2.6.7.5. Presupuesto de la campaña publicitaria y el plan de medios electrónicos e impresos.

Tabla 33. Presupuesto de la campaña publicitaria

N°	Descripción	Costo de Publicidad	Provisión Anual de Publicidad
1	Diseño Pagina Web Hosting y Dominio por una año	\$550	\$550
2	Posicionamiento y diseño de página en redes sociales	\$150	\$150
3	Diseño de Video Institucional	\$100	\$100
4	Diseño Volantes Flyers Millar Full Color impresión ambos lados	\$60	\$60
5	Imprevistos	\$100	\$100
TOTAL		\$960	\$960

Fuente: Intelsolec Solutions

Elaborado por: Fernando Chiriboga

2.7. ANÁLISIS DE LA OFERTA Y LA DEMANDA

2.7.1. OFERTA

Tomando el concepto de (Baca, 2010) en su libro Evaluación de Proyectos oferta “es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado”.

De acuerdo a este concepto la oferta en el Parque Industrial Turubamba es de dos tipos directa e indirecta. De acuerdo al estudio realizado en el sector, podemos citar como

oferta directa las empresas que ya prestan sus servicios a las fábricas y empresas de sector, a pesar de que son pocas; sin embargo no se las puede dejar de tomar en consideración; también, los comedores improvisados, sin infraestructura, en condiciones de salubridad que dejan mucho que desear (Ver Anexo) que proveen almuerzos a los trabajadores de las fábricas aledañas, existen también restaurantes que no abren todos los días.

Como oferta indirecta se encuentran las empresas de catering del sur de Quito como “Eventos Aderezzo”, “La Castellana Eventos” entre otras, las que brindan el servicio de catering y recepción para el sector de Turubamba. De esta manera se puede decir que existe una oferta casi inexistente para el **75%** de encuestados que si desearían otros proveedores de alimentos y servicios de catering en general.

2.7.2. DEMANDA

Según (Baca, 2010) “demanda es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”

Para el análisis de la demanda se ha tomado en consideración las doce empresas fuente de este estudio, pues como se pudo observar existe una demanda insatisfecha del 50%, de empleados y trabajadores y el 58% de dirigentes que han considerado el servicio que les prestan entre regular y malo poco satisfactorio y no satisfactorio respectivamente.

2.7.3. Análisis FODA

Previo a la definición de un negocio es necesario realizar un análisis FODA que es una herramienta de la administración de empresas utilizadas para diagnosticar el alcance que tendrá una pequeña o mediana empresa.

En una matriz vamos a colocar las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de la futura empresa denominada FJ Catering Solutions con el fin de trazar líneas de acción en base a un diagnóstico.

Como bien se sabe las fortalezas y debilidades son internas y que pueden afectar para alcanzar el éxito de la empresa, las amenazas y las oportunidades suelen ser externas, van apareciendo en el transcurso de la ejecución del proyecto o desarrollo de la empresa.

A continuación se presenta el análisis FODA.

Tabla 34. Análisis FODA del proyecto

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ol style="list-style-type: none"> 1. El mando superior está formado y capacitado en el área hotelera. 2. Experiencia de 9 años en el ámbito de la restauración, lo que permitiría un eficiente manejo de la empresa. 3. El consumo de alimentos es una necesidad primaria de acuerdo a Maslow. 4. Conocimiento de las técnicas de catering y organización de eventos. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. En las empresas que se aplicó la investigación existe demanda insatisfecha. 2. No existe una empresa de catering establecida en el sector de Turubamba. 3. Todas las empresas realizan eventos de tipo social al menos tres veces al año. 4. Existen pocos restaurantes alrededor que no cubren la demanda.

<p>5. La ubicación de la empresa en el mismo parque industrial Turubamba.</p>	
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Escaso apoyo financiero para empresas nuevas en lo que se refiere a créditos. 2. No existe suficiente flujo de capital propio, lo que condicionaría la adquisición, mejoramiento y adecuación de espacios en la empresa naciente. 3. Apertura de mercado. Por ser una empresa nueva es difícil abrirse campo entre las empresas de catering que ya se encuentran constituidas. 4. No existe personal de apoyo como cocineros, meseros, que sea profesional en la rama. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. La competencia de empresas de otros sectores de la urbe que desean incursionar en el PIT. 2. Empresas grandes y pequeñas que ya prestan los servicios en sector. 3. La falta de infraestructura vial en el sector de PIT, existen muchas calles que se encuentran sin pavimentar o adoquinar lo que dificultaría la movilización.

Elaborado por: Fernando Chiriboga

CAPITULO 3. RESULTADOS

ANÁLISIS Y EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO.

3.1. ESTUDIO TECNICO

El estudio técnico constituye la segunda fase en los proyectos de inversión, en cual se consideran los detalles técnico-operativo fundamentales en la utilización eficiente de los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio anhelado y en el cual se estudian la determinación del tamaño ideal de la zona de producción, almacenamiento, localización, instalaciones y organización requerida. De la trascendencia de este estudio se origina la oportunidad de desarrollar una valorización económica de las variables técnico-financieras del proyecto, que faciliten una interpretación acertada o aproximada de los recursos requeridos para el proyecto; además de generar información de suma utilidad al estudio económico-financiero. El estudio técnico tiene como objetivo principal el demostrar la viabilidad técnica del proyecto y que además justifique la opción técnica que mejor se adapte a los criterios de optimización.

Por consiguiente, los objetivos del presente estudio a desarrollarse son los siguientes:

- a.** Determinar la localización
- b.** Desarrollar el plan arquitectónico
- c.** Determinar la capacidad y dimensión del proyecto
- d.** Especificar el presupuesto de inversión, en el cual estén comprendidos los recursos materiales, humanos y financieros necesarios para la operación de la unidad de negocio.

- e. Diseñar el organigrama estructural de la unidad de negocio.
- f. Diseñar el organigrama funcional de la unidad de negocio.
- g. Determinar las especificaciones técnicas del proyecto.
- h. Justificar que existe la viabilidad técnica fundamental para la instalación del proyecto en estudio.

Debido a que en el estudio de mercado se demostró que realmente existe demanda insatisfecha que justifica la creación de una Empresa de Catering y Eventos corporativos en la ciudad de Quito, en el Parque Industrial Turubamba; se realizará el estudio y análisis de los factores que intervienen en el Estudio Técnico.

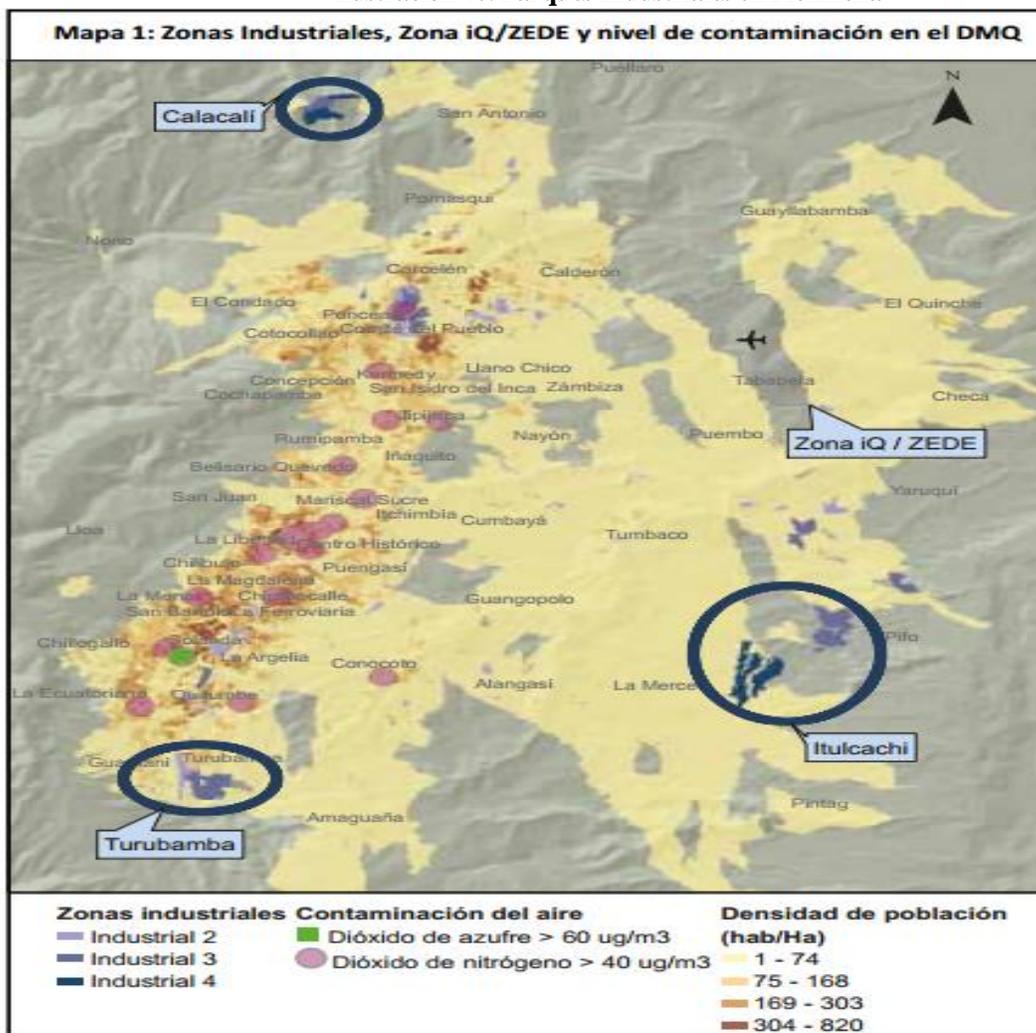
3.1.1. Localización.

En el presente estudio y análisis de la localización del proyecto se considera criterios económicos, estratégicos, institucionales, técnicos, sociales, entre otros. De tal manera que para la determinación de la mejor ubicación del proyecto, el estudio de localización se ha subdividido en dos partes: Macro localización y Micro localización, los cuales se muestran a detalle en los siguientes dos enunciados, se tendrá en cuenta que para la ubicación del proyecto se cuenta con un terreno de propiedad familiar que se utilizara para el propósito.

3.1.1.1. Macro localización.

El proyecto en estudio se acentuara en Ecuador, en la ciudad capital de Quito, en el Parque Industrial Turubamba, Parroquia Turubamba, Administración Zonal Quitumbe, Provincia de Pichincha. En el siguiente mapa se puede apreciar de mejor forma:

Ilustración 40. Parques Industriales en Pichincha



Recuperado de: Secretaría de Ambiente, Secretaría de Desarrollo Productivo y Competitividad, PUOS 2011 y CPV 2010.

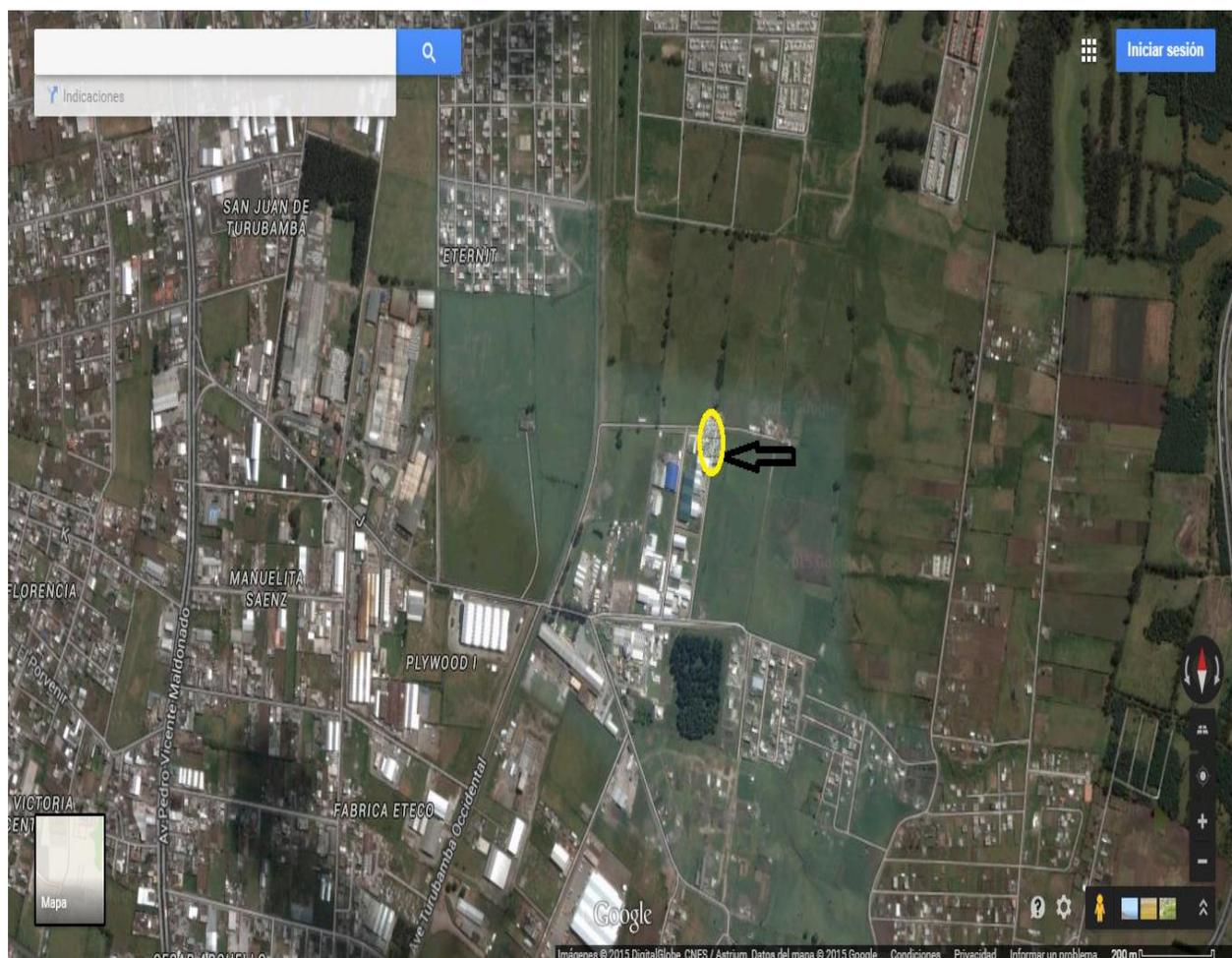
Elaboración: Instituto de la Ciudad.

3.1.1.2. Micro localización

La micro localización del proyecto estará situada en el Parque Industrial Turubamba, Parroquia Turubamba, Barrio sin nombre N°17, Calle s/n, Manzana 1, colinda con Proyecto Habitacional Terranova.

La localización del terreno se puede observar mejor en el siguiente mapa:

Ilustración 41. Ubicación del proyecto en el Parque Industrial Turubamba



Recuperado de: Google Maps 2015

Elaborado por: Fernando Chiriboga

3.1.1.3. Factores que determinan la mejor ubicación del proyecto.

En este punto se consideran los factores de localización que repercuten en la decisión de la ubicación del proyecto. Para este estudio específicamente, se hace relación a aquellos factores que en mayor escala favorezcan la toma de decisión que más beneficie a la instalación de la empresa de Catering, en base a un criterio hotelero y de restauración, y esta localización le aporte al proyecto la máxima rentabilidad posible durante su operación.

Como se especificó en el estudio de Micro localización, se cuenta con un terreno en el Parque Industrial de Turubamba, barrio sin nombre N°17, Calle s/n, Manzana 1, colindante con Proyecto Habitacional Terranova, cuya zona de influencia está determinada por los siguientes aspectos:

- El entorno donde se encuentra localizado el terreno: cuenta con la infraestructura y servicios básicos (agua potable, energía eléctrica, ingreso pavimentado, alcantarillado, teléfono, transporte público, proyectos habitacionales, entre otros).
- Uno de los aspectos de mayor impacto favorable al proyecto, se refiere a que el sitio donde se asienta el terreno se encuentra en una zona altamente estratégica y de crecimiento industrial, esto de acuerdo a la ordenanza Municipal 245 (Ver Capítulo I) de reubicación de las Industrias, para la Instalación y Funcionamiento del Parque Industrial de Turubamba (PIT), del Distrito Metropolitano de Quito”.
- El cabildo con el fin de estimular la industria y sus actividades en el PIT, ha estipulado que habrá exoneraciones en tributos y tasas municipales de hasta un 50% durante un periodo de 10 años. Esto está establecido en el artículo 498 del COOTAD.
- La cercanía de centros de abasto de insumos necesarios para la producción de la planta de la empresa de catering como: Mercados Mayoristas, Centros comerciales, instituciones financieras, entre otras.

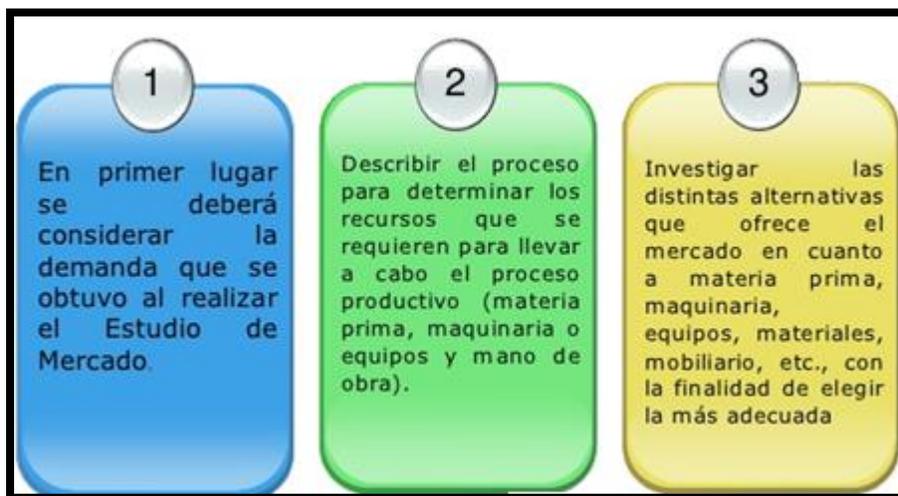
De tal manera que estos factores condicionan la mejor ubicación del proyecto, al encontrarse cerca de una zona de alto crecimiento industrial, que es el mercado meta de esta unidad de negocio y así facilitar la captación de demandantes de este tipo de servicio.

3.1.2. Tamaño y Capacidad del proyecto.

La verificación y análisis de este punto resulta indispensable para la consecuente realización y evaluación del proyecto. Así se facilitará en primera instancia, llevar a cabo una estimación de los costos involucrados en las inversiones necesarias para el desarrollo y puesta en marcha del proyecto en estudio, que encaminen a un grado óptimo de producción de acuerdo a lo requerido por el tamaño y capacidad establecido para el presente proyecto.

El tamaño y capacidad de este proyecto, se debe a dos aspectos primordialmente: el primero es la demanda insatisfecha que se pretende cubrir con el proyecto y segundo la dimensión del área total con que cuenta el terreno disponible para la instalación de la empresa de Catering. Tanto la determinación del tamaño del proyecto como la capacidad instalada que tendrá la empresa, serán de mucha utilidad para la evaluación de las inversiones necesarias que mejor se acoplen a las necesidades del mismo y para estimaciones futuras en las siguientes fases del proyecto (Estudio económico-financiero). Por consiguiente, se ha determinado que el tamaño de la empresa deberá ajustarse al tamaño del terreno que se dispone para su instalación (1355 m²), así como del capital inicial de inversión para maquinaria, mano de obra, insumos y materia prima. Además se pudo observar en el estudio de mercado que existe un porcentaje favorable de demanda insatisfecha, es decir un 75% de intención de compra de las empresas encuestadas. Es importante tomar en cuenta también el crecimiento de industrias que se tendrá a futuro en el PIT.

Ilustración 42. Fases para determinar el tamaño y capacidad del proyecto



Elaborado por: Fernando Chiriboga

3.1.3. Diseño y Distribución del proyecto.

Para que el diseño y distribución arquitectónica de las instalaciones del proyecto garanticen condiciones de trabajo adecuadas, es preciso tomar en cuenta dos especificaciones: funcionalidad y estética las mismas que provean y optimicen la distribución eficiente entre cada una de las áreas. Dada la magnitud del terreno disponible para la instalación de la empresa de Catering. Para el presente proyecto se proponen las siguientes dimensiones de cada una de las áreas, que en conjunto faciliten la operación más económica y eficiente para optimizar de mejor manera posible los espacios y recursos con que se dispone, manteniendo a su vez las condiciones óptimas de salubridad, seguridad alimentaria y bienestar total para quienes hagan uso de este servicio, tomando en cuenta la reglamentación y normas que deben acatarse para su construcción.

El diseño representa también un eje fundamental a tomar en cuenta en el ámbito comercial del proyecto. Para el desarrollo civil del proyecto se ha considerado a la empresa

DISEVSA - Diseños e ingeniería en construcciones; quienes cuentan con una amplia experiencia en ingeniería civil y de construcción. Esta empresa nos garantiza la adecuación de las instalaciones del proyecto de acuerdo a las normas vigentes en la preparación y salubridad de los alimentos, así como la asesoría pertinente en equipos y materiales para eventos empresariales.

Tabla 35. Distribución de las Instalaciones de FJ Catering Solutions.

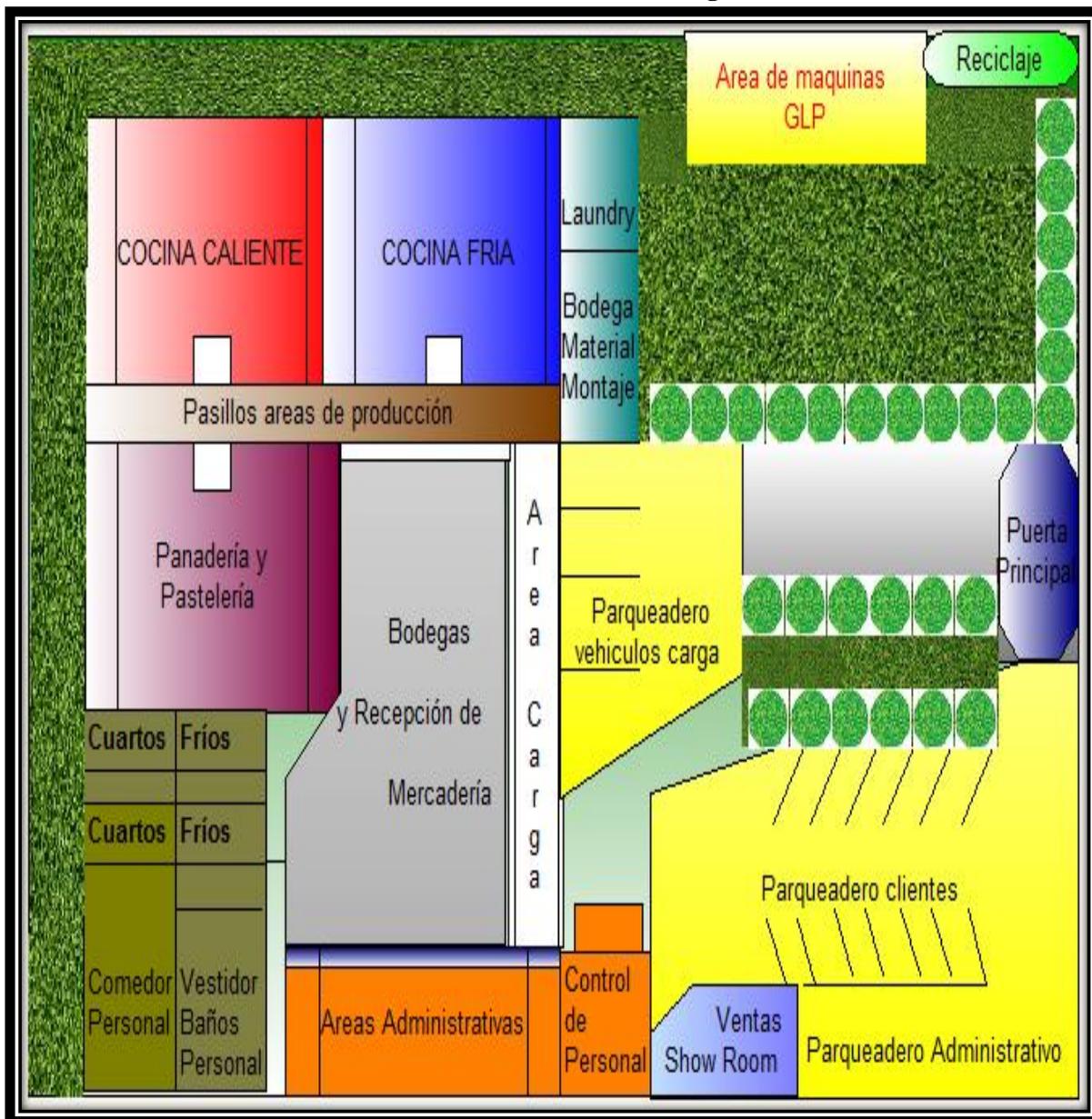
Nº	Especificación de las Áreas y uso de suelo del Proyecto	Medida en Metros²
1	Parqueaderos	200 m ²
2	Bodegas y zonas de carga – descarga	150 m ²
3	Cocinas y áreas de producción	300 m ²
4	Cuartos fríos	100 m ²
5	Área administrativa	115 m ²
6	Área de reciclaje y almacenamiento de desechos peligrosos	25 m ²
7	Área de máquinas y almacenamiento de Gas GLP y combustibles	80 m ²
8	Comedor empleados	40 m ²
9	Baños y vestidores de colaboradores	40 m ²
10	Área de control de personal, seguridad y CCTV	20 m ²
11	Sala de ventas y show room	40 m ²
12	Áreas verdes y de recreación	185 m ²
13	Área de lavandería y bodega de montaje	60 m ²
	Total extensión del terreno	1355.00 m²

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Fernando Chiriboga, 2015

3.1.3.1. Especificaciones Generales de las diferentes áreas de FJ Catering Solutions.

Ilustración 43. Plano FJ Catering Solutions



Elaborado por: Fernando Chiriboga, 2015.

Parqueadero.

El espacio designado para parqueaderos cuenta con 200 m², estimando una capacidad para 20 vehículos pequeños y 4 grandes, cabe señalar que el estacionamiento será para el uso de los clientes y el personal administrativo de la empresa. Este parqueadero como se puede apreciar en el gráfico, está situado en el interior de las instalaciones de la empresa. La construcción del piso será hecho en adoquín resistente al alto tráfico de vehículos y estará delimitado por líneas amarillo con negro que señalarán cada espacio de parqueadero, además se colocará toda la señalética necesaria para seguridad tanto de los usuarios como de la empresa.

Bodegas y zonas de carga – descarga

El área de Bodegas estará destinada para el almacenamiento de los insumos necesarios para la operación de la empresa, tales como alimentos y bebidas, insumos de limpieza, papelería y toda la mercadería necesaria para la producción. Adicionalmente se destinará un espacio exclusivo para el despacho de los diferentes menús que se distribuirían a las empresas que contraten nuestros servicios. En este punto es importante tomar en cuenta que esta área debe manejar estándares de manipulación y manejo de alimentos, como cadenas de frío, sanitación, manejo de normas BPM, HACCP, garantizando así un control total de calidad del producto. En la zona de almacenamiento se colocaran repisas de acero inoxidable, éstas deberán estar por lo menos 15cm encima del suelo y a 5 cm de la pared, para evitar cualquier tipo de contaminación.

Cocinas y áreas de producción.

Para el uso de esta zona se ha destinado 300 m² del terreno, será construido en estructura metálica con paredes de hormigón, las diferentes áreas de producción y preparación de alimentos deberá mantener los estándares de una cocina industrial, tales como: área amplia de lavado y almacenamiento de implementos de cocina, las mesas de trabajo deben ser fabricadas totalmente en acero inoxidable y deben estar diseñadas de tal manera que se facilite la limpieza y garantice una adecuada inocuidad de los alimentos. Las mesas de trabajo tendrán una altura entre los 85 cm y 90 cm con una profundidad de 70 cm redondeados los bordes para evitar accidentes y acumulación de suciedad. En la parte inferior contarán con repisas de acero inoxidable sin puertas para un fácil acceso y fácil limpieza. Los toma corrientes se ubicarán a 30 cm sobre las mesas de trabajo. El piso será cubierto por material antideslizantes y no poroso, fácil de limpiar. Las paredes serán recubiertas de láminas de acero inoxidable, para de esta forma facilitar la limpieza y prevenir acumulación de suciedad. Las áreas de producción tendrán una buena iluminación y ventilación. Sobre los equipos de cocina se instalará campanas de extracción de olores. Se implementará sistemas de seguridad y control de riesgos laborales, se ubicará señalización adecuada de rutas de escape, equipos contra incendios, etc. Las tuberías tanto de suministro de agua como de gas tendrán los colores respectivos, todo esto con la asesoría del Cuerpo de Bomberos del Distrito Metropolitano. Los pasillos tanto de las zonas de almacenamiento como de producción deberán ser amplios y deberán estar siempre despejados para facilitar el transporte de los productos y desplazamiento del personal.

Cuartos fríos.

Los cuartos fríos ocuparán 100 m² de la construcción. Se los dividirá en dos secciones, una para refrigeración y conservación (debe tener una temperatura que oscile entre los 0°C - 5°C) y la otra de congelamiento (entre los -18°C y -20°C), estas a su vez se clasificarán de acuerdo al tipo de alimentos que se vaya a almacenar como: carnes, pescados, lácteos, frutas y pulpas, verduras y vegetales, alimentos preparados. Previo a la congelación de cualquier producto se deberá realizar porciones que deberán ir etiquetadas especificando la fecha, el tipo de producto, el peso y la fecha máxima de consumo.

Área administrativa.

Para las oficinas y áreas administrativas se ha destinado 115 m² de construcción que se ubicarán en tres plantas, las dos primeras para oficinas y la tercera como sala de reuniones y capacitación. Su construcción será en pisos de porcelanato, paredes de concreto y el techo en estructura metálica cubiertos con gypsum decorativo.

Área de reciclaje y almacenamiento de desechos peligrosos.

Proteger el medio ambiente debe ser una tarea diaria de toda empresa, es por eso que se ha destinado un área exclusiva de reciclaje y almacenamiento de desechos peligrosos. Se la equipará con un galpón en estructura metálica de 25 m² con una ventilación suficiente, donde se clasificará el Cartón, papel, botellas plásticas, botellas de vidrio, adicional se destinará un espacio para colocar los residuos peligrosos como aceite quemado, pilas y baterías, desechos infecciosos, llantas viejas, cartuchos de impresoras, entre otros., para posterior entregarlas a una empresa recicladora certificada. Por la ubicación estratégica frente a la puerta y calle principal, también se ubicará un espacio para colocar los desechos y basura que se generen de la operación para que el recolector de basura pueda tener fácil acceso al mismo, cabe recalcar que aquí ya se separa la lavaza que será entregada a las empresas que la utilizan para realizar

abonos orgánicos o alimentación de granjas porcinas. La empresa creará una cultura de ahorro y reciclaje en el personal, que a futuro significará un ahorro para la empresa, la manera de incentivar al personal en este punto será, que de los fondos que se recuperen del reciclaje se los invertirá en agasajos para los trabajadores en fechas especiales.

Área de máquinas, almacenamiento de Gas GLP y combustibles.

Para esta área de la empresa se ha destinado un espacio físico de 80 m² donde se ubicará toda la maquinaria para la operación de la empresa como: calderos para agua y vapor, bombas de agua, generador eléctrico, bombona de GLP industrial, tanque de combustible, compresor de aire, entre otros. Para este sector se diseñará un plan de control y monitoreo de riesgos, ya que por el combustible que se almacenará como el GLP y diésel se necesita contar con instalaciones contra incendios y de enfriamiento, todo esto de igual manera se coordinará con el cuerpo de bomberos para la capacitación e inspección futura.

Comedor, baños y vestidores de empleados.

Esta área está designada para el uso exclusivo de los colaboradores, aquí se construirán vestidores para que el personal operativo pueda cambiarse y colocarse el uniforme, también se colocará lockers en los vestidores para que durante las horas de trabajo el personal pueda guardar sus pertenencias personales en orden. La idea de FJ Catering Solutions de que el personal operativo utilice dentro de las instalaciones uniforme es para asegurar que esté limpio y evitar contaminaciones en los productos. Del control de este punto se encargara el departamento de Talento Humano.

Área de control de personal, seguridad y CCTV.

Estará ubicada en el ingreso a las instalaciones, se ha destinado un área de 20 m² donde el personal de seguridad será responsable del control de ingreso y salida del personal, se instalará un sistema para este control. También se ubicará la sala de control y monitoreo de seguridad de la empresa y de los empleados con cámaras de circuito cerrado, las mismas que estarán ubicadas en todos los perímetros internos y externos de la empresa. De esta manera se garantiza el control total de la seguridad interna y externa de FJ Catering Solutions.

Sala de ventas y show room.

El show room y la sala de ventas de la empresa tendrán una dimensión de 40m² aquí los ejecutivos de ventas contarán con oficinas para la atención de los potenciales clientes y poder receptar también todos los pedidos y contratos que se vayan captando del mercado meta, adicional se contará con una sala pequeña de exhibición de todos los servicios que se ofertará al público. Se ha considerado que esta área no sea muy grande, ya que hoy en día las ventas se las realiza en su mayoría por internet o por mail, pero de igual manera es importante considerar tener un espacio destinado para este fin para los clientes que deseen visitarnos, ver y degustar el producto que se oferta. Además los ejecutivos de ventas deben salir a realizar visitas y así captar mercado.

Áreas verdes y de recreación.

Una de las políticas de FJ Catering Solutions es contribuir con el planeta y una forma de hacerlo es destinar una superficie importante para el efecto, tal es el caso ya que se ha designado alrededor de 200 m² para áreas verdes, las cuales contarán con árboles decorativos, frutales, plantas ornamentales, plantas medicinales, flores, jardines, césped, pileta con peces,

entre otros. De esta manera la armonía con la naturaleza juega un papel importante en el entorno de la empresa. Estos espacios también servirán para que los colaboradores puedan tener momentos de esparcimiento durante los recesos que se realicen.

Área de lavandería y bodegas de montaje.

Este servicio se ha considerado fundamental para la empresa para así poder reducir costos al no tercerizar el servicio, ya que como se explicó anteriormente, se exigirá el uso de uniformes a los empleados operativos, el mismo que será lavado en esta área, así como todo lo que se utilice para la operación de la realización de eventos, para esta área se ha destinado 60m² de terreno con una construcción en tres plantas, la misma que estará equipada con una lavadora industrial, secadora industrial, centrifugadora industrial, área de planchado y almacenamiento de lencería y uniformes. Aquí también se almacenará todo lo necesario para la realización de eventos como: sillas, mesas, carpas, toldos, vajilla, cristalería, cubiertos, equipos de amplificación e iluminación, samovares, tarimas, pistas de baile, entre otros. Este material con un máximo de capacidad para eventos de 200 personas, si se realizaran contratos para mayor cantidad de personas se tendría que alquilar el material faltante.

De esta manera se ha distribuido el uso del terreno de 1355m² para la operación de la empresa, este bien ingresa como patrimonio de la empresa y es de fuente personal perteneciente a la familia, en el estudio financiero se explicará más a detalle este aspecto.

La capacidad máxima de producción de la empresa en lo referente a menús previamente establecidos de acuerdo a la demanda y la capacidad de las instalaciones y equipos es de 3000 menús por día.

3.1.4. -Presupuesto de Inversión

Todo presupuesto de inversión de un proyecto involucra un plan para la elaboración de objetivos, especialmente de tipo financiero, para desarrollarlos en un plazo determinado de tiempo, en donde se determinarán alternativas y los recursos necesarios para alcanzarlos. Un presupuesto de inversión se trata sobre la proyección de los costos de inversión que se harán en un proyecto para su actividad a través de una verificación y selección de opciones que mejor se ajusten a las necesidades.

Para el presente estudio, el presupuesto de inversión para la creación de una Empresa de Catering y Eventos Corporativos con las descripciones realizadas anteriormente se ha clasificado en tres rubros para su mejor comprensión, que en combinación representan la fuente primordial de referencia económica del Estudio Técnico.

- Recursos Materiales.
- Recursos Humanos.
- Recursos Financieros.

Para determinar la magnitud de la inversión requerida de cada rubro ha sido preciso llevar a cabo una indagación, basada en la solicitud de cotizaciones de distintos proveedores, con la opción de escoger los más convenientes y con más garantías posibles para la empresa en cuanto a calidad, duración, costo, formas de pago y financiamiento, entrega, disponibilidad de repuestos, asistencia y mantenimiento, capacitación permanente, entre muchos otros, que acierten en la toma de decisiones de la adquisición de los recursos necesarios y que garanticen eficientemente con lo establecido por el ciclo de planeación del presente proyecto que se ha contemplado como vida útil del mismo.

3.1.4.1. Recursos Materiales para el proyecto.

El presupuesto de inversión para el rubro de recursos materiales corresponde a la estimación de las inversiones en obras civiles, equipo de infraestructura, materiales y servicios indispensables para la instalación y operación de un proyecto. En la estimación del presupuesto de inversión en obras civiles para la creación de una empresa de Catering Industrial con las especificaciones antes propuestas en el proyecto, se tomó como valores referenciales el presupuesto que se obtuvo con la empresa DISEVSA para la edificación y equipamiento necesarios en la obra civil.

3.1.1.1.1. Especificaciones de la Obra Civil.

Las especificaciones de obra civil para las instalaciones de FJ Catering Solutions, en un espacio de 1355 m² corresponden a los parámetros de costos establecidos por la empresa DISEVSA en el que se consideran, para este proyecto, los siguientes planes de construcción:

Tabla 36. Sistemas de Construcción aplicados al proyecto.

Nº	SISTEMA DE CONSTRUCCIÓN	DETALLE
1	Cerramientos integrales del terreno	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Paredes ✓ Columnas en concreto ✓ Accesos ✓ Acabados ✓ Impermeabilización
2	Cimentación del terreno	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Excavación ✓ Tratamiento de suelos ✓ Impermeabilización ✓ Estructura ✓ Concreto
3	Estructura de la edificación	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Losas en concreto ✓ Trabes ✓ Columnas ✓ Estructura metálica

		<ul style="list-style-type: none"> ✓ Paredes ✓ Acometidas
4	Construcción exterior e interior	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Fachadas ✓ Ventanas ✓ Pintura ✓ Paredes ✓ Mampostería ✓ Diseño arquitectónico ✓ Pisos ✓ Escaleras ✓ Barrederas
5	Techos estructurales	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Gypsum ✓ Pintura ✓ Acabados ✓ Domos ✓ Ventilación ✓ Instalaciones y acometidas
6	Mecánicos	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Instalaciones Sanitarias ✓ Instalaciones hidráulicas
7	Sistemas Eléctricos	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Instalaciones Eléctricas ✓ Instalaciones de comunicación ✓ Instalaciones de Sonido ✓ Iluminación ✓ Instalaciones para ubicar Sistemas de seguridad.
8	Zonas de tráfico y circulación	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Concreto ✓ Adoquinados ✓ Señalética ✓ Bordes ✓ Veredas
9	Áreas verdes y jardinería	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Forestación ✓ Jardines ✓ Adecuaciones ✓ Sistemas de riego

Fuente: DISEVSA INGENIERIA EN CONSTRUCCION COSTOS DE EDIFICACION
ACTUALIZADO A DICIEMBRE DEL 2014

Elaborado por: Fernando Chiriboga

(Neufert, 2013) Manifiesta en sus estudios arquitectónicos que es importante que los arquitectos y constructores respeten las características generales del proyecto, así como también deben ser supervisadas por el encargado del proyecto en el proceso de construcción, para que de esta forma los procedimientos se puedan realizar eficientemente y se aseguren los principios de higiene e inocuidad que demanda la actividad de catering.

(Neufert, 2013) También sugiere que los requisitos que se deben tomar en cuenta para garantizar la higiene y conservación de los alimentos son las siguientes:

En Pisos, estos deben:

- Ser Impermeables, no porosos, lavables y antideslizantes,
- Estar libres de grietas,
- Brindar facilidad para la limpieza y desinfección,
- Poseer una inclinación idónea para que al ocasionarse derrames de líquidos estos se viertan hacia las rendijas de los desagües.

En Paredes, estas deben:

- Estar construidas o recubiertas con material impermeable, no poroso y lavable,
- Estar sin fisuras y ser llanas hasta una elevación de 1,5m como mínimo,
- Tener uniones herméticas con los suelos y techos (final cóncava con pisos y techos).

En Techos, estos deben:

- Impedir la acumulación de suciedad y la formación de bacterias,
- Deben ser pintadas con pinturas que repelen los aceites y agua, que sean de colores claros y brillo moderado,
- Facilitar la limpieza y desinfección,

- Ser lavables, sellados y desmontables en caso de tener cielo falso o gypsum.

En Ventanas, estas deben:

- Tener cualidades y diseño que eviten la acumulación de suciedad,
- Estar equipadas de rejillas a pruebas de insectos en caso de ser abiertas, las mismas que deben ser sencillas para desacoplar.

En Puertas, estas deben:

- Ser de superficie lisa y no porosa, con sistema de brazo automático de cierre o vaivén.

Para todo lo antes expuesto, se debe considerar también tanto en pasillos, puertas y ventanas que estas tengan las dimensiones necesarias para el fácil tránsito del personal, productos y mercadería.

Para efectuar el cálculo de los costos de la obra civil para la empresa de Catering, a continuación se ha desarrollado un balance de las obras con los requerimientos principales para la construcción.

Tabla 37. Balance de Obra Civil. Especificaciones del Proyecto expresado en USD

	Sistema de Construcción	Descripción	Un.	Cant.	Costo Directo (incluye mano de obra, material, equipo)	Costo Total
1	Cerramientos integrales del terreno	Limpieza de terreno, paredes en bloque concreto 3metros alto, vigas, columnas. Alisado	m ²	1355	12,30	16666,50
2	Cimentación	Excavación, Tratamiento de suelos, Impermeabilización, Estructura Concreto	m ²	1355	21,50	29132,50
3	Estructura de la edificación	Losas en concreto, Trabes, Columnas, Estructura metálica, Paredes, Acometidas	m ²	970	45,00	43650,00
4	Construcción exterior e interior	Fachadas, Ventanas, Pintura, Paredes, Mampostería Diseño arquitectónico, Pisos, Escaleras, Barrederas	m ²	970	39,00	37830,00
5	Techos estructurales	Gypsum, Pintura, Acabados, Domos, Ventilación Instalaciones y acometidas	m ²	970	28,00	27160,00
6	Mecánicos	Instalaciones Sanitarias, Instalaciones hidráulicas	m ²	970	35,00	33950,00
7	Sistemas Eléctricos	Instalaciones Eléctricas, Instalaciones de comunicación Instalaciones de Sonido, Iluminación, Instalaciones para ubicar Sistemas de seguridad.	m ²	970	49,00	47530,00
8	Zonas de tráfico y circulación	Concreto, Adoquinados, Señalética, Bordes, Veredas	m ²	200	15,50	3100,00
9	Áreas verdes y jardinería	Forestación, Jardines, Adecuaciones, Sistemas de riego	m ²	185	10,00	1850,00
INVERSION TOTAL EN OBRA CIVIL						240869,00

Fuente: DISEVSA INGENIERIA EN CONSTRUCCION. COSTOS DE EDIFICACION ACTUALIZADO A DICIEMBRE DEL 2014 Según la CAMICON

Elaborado por: F. Chiriboga

Tabla 38. Costo del Terreno para Instalar FJ Catering Solutions

DETALLE	METROS EN M²	VALOR DEL M²	VALOR TOTAL EN EL MERCADO
Terreno (PIT) Guamaní I2 de industrias de mediano impacto.	1355	\$40	\$54200

Realizado por: Fernando Chiriboga

Fuente: Costo m² Consejo del Distrito Metropolitano Uso de Suelo y categorización de impacto Parques Industriales del Distrito Metropolitano.

Como se señaló al inicio del estudio el terreno que se hace mención es de propiedad familiar, el mismo que se ha estimado un precio de \$54200 con los costos de metraje cuadrado en el mercado. Para los cálculos de presupuestos del proyecto se tomará este valor como referencial para la compra del terreno para el proyecto, o a su vez para la futura venta.

3.1.1.1.2. Mobiliario y Equipo.

Conjuntamente con las especificaciones de la obra civil, el presupuesto de inversión en mobiliario y equipo incluye todos aquellos montos que influirán en la operación y desarrollo del proyecto, mediante la cotización con distintas empresas proveedoras de estos insumos a modo de reducir los costos del proyecto, sin que ello implique afectar la calidad de los recursos. La inversión en mobiliario y equipo de acuerdo a las características del proyecto implicará los siguientes rubros:

Tabla 39. Presupuesto de Mobiliario y Equipos para FJ Catering Solutions

AREA	EQUIPO	CANT.	EMPRESA/PROVEEDOR	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Cocina Fría/ Caliente/ Pastelería	Marmita de Cocción con volteo para vaciado 120 litros.	1	Inoxidables M/T	2000	2000
	Molinos para Cárnicos	1	Inoxidables M/T	450	450
	Sierra circular para cárnicos	1	Inoxidables M/T	575	575
	Licuada Industrial 25 litros	1	Inoxidables M/T	250	250
	Peladora de papa / cebolla	1	Inoxidables M/T	760	760
	Batidora Industrial 20 litros	1	Inoxidables M/T	690	690
	Procesador Industrial de alimentos	1	Inoxidables M/T	250	250
	Cocina Industrial Mixta 6 quemadores con Horno	1	Inoxidables M/T	1650	1650
	Cocina Industrial Mixta 8 quemadores con Plancha Grill	1	Vitrinas Buenaño	2100	2100
	Fogón 3 quemadores a gas	1	Vitrinas Buenaño	800	800
	Freidora a gas 17 pulgadas	1	Vitrinas Buenaño	400	400
	Parrilla asador con sistema de elevación	1	Inoxidables M/T	590	590
	Mesa de trabajo 85* 230*80 acero 304	1	Vitrinas Buenaño	980	980
	Mesa de trabajo central 85 alto*150largo * 65 fondo	1	Vitrinas Buenaño	630	630
	Estanterías en acero de 170*110*4 entrepaños	1	Vitrinas Buenaño	350	350
	Trampa grasa 60*30*30	1	Vitrinas Buenaño	350	350
	Balanza 30 kls	1	Vitrinas Buenaño	150	150
	Lavadero de 2 pozos 85 alto*230 largo*65 fondo con salpicadero totalmente en acero	1	Vitrinas Buenaño	980	980
	Menaje e Implementos: Cocción, preparación, decoración (Ollas, sartenes, batería de cocina, cuchillos)	1	Termalimex	3500	3500
	Hornos estático control digital 12 latas acero	1	Vitrinas Buenaño	4500	4500
			TOTAL ÁREA COCINA	21955,00	
Bodegas Cuartos Fríos	Estanterías en acero	5	Vitrinas Buenaño	200	1000
	Balanza 100 kls	1	Vitrinas Buenaño	250	250
	Vertical refrigerante puertas herméticas 2 puertas	1	Vitrinas Buenaño	2100	2100
	Vertical congelante puertas herméticas 2 puertas	1	Vitrinas Buenaño	2300	2300
	Cámara refrigerante 2 * 5 * 2.5 compresor ½ hp Aislamiento en poliuretano	1	Vitrinas Buenaño	4500	4500
	Equipo de Computación y paquete informático	1	Cinticomp	915	915

	Equipo de oficina, escritorio, mesa, sillón giratorio, archivador aéreo	1	Muebles RCH	550	550
			TOTAL ÁREA DE BODEGAS Y CUARTOS FRÍOS		11615.00
Área Administrativa	Equipo de oficina, escritorio, mesa, sillón giratorio, archivador aéreo	5	Muebles RCH	550	2750
	Lector de Huella Biométrico Terminal de registro Asistencia	1	Id.Consultants	279	279
	Equipo de Computación y paquete informático	5	Cinticomp	915	4575
	Equipo de CCTV, Alarma, Monitoreo 4 cámaras externas, 6 internas	1	Majore Security	2200	2200
			TOTAL ÁREA ADMINISTRATIVA		9804.00
Área Maquinas/ Reciclaje/ Lavandería	Generar Eléctrico Diésel Miller	1	Disevsa	7500	7500
	Instalación GLP Bombona Gas 1000Kg	1	Central Gas	4300	4300
	Contenedores Reciclaje/Basura 400 lts.	1	Novalinea	402	402
	Lavadora Haceb 42 Libras	1	Artefacta	850	850
	Secadora a gas Whirlpool, Secadora 31lb	1	Artefacta	540	540
			TOTAL ÁREA MÁQUINAS		13592.00
Comedor, baños, Vestidores de personal, Área de limpieza	Mesas 4 puestos con sillas	4	Muebles RCH	250	1000
	Televisor Led 32"	1	Artefacta	500	500
	Equipo de limpieza Rubbermaid: Balde Escurridor rompe olas 35Lts, Mopas húmedas con mango de aluminio, Palas recoge basura con mango de aluminio, escobillones.	1	Limpatec	280	280
	Self Service 5 bandejas con tapas	1	Vitrinas Buenaño	1750	1750
	Lockers metálicos 6 divisiones	3	Muebles RCH	380	1140
			TOTAL ÁREAS DE PERSONAL		4670.00
TOTAL EQUIPOS Y MAQUINARIAS					61636.00

Elaborado por: F. Chiriboga, investigación propia mediante cotizaciones y precios referenciales del mercado.

Como podemos observar en el cuadro anterior, se refiere a equipos y maquinarias a todo lo necesario para iniciar la operación de la empresa, el método que se utilizó para elegir el mejor precio fue:

Beneficio-Costo-Mantenimiento-Repuestos-Garantía

Es decir, la evaluación realizada busco el mejor beneficio para el proyecto, con un costo razonable, que la empresa elegida nos brinde mantenimiento preventivo, disponibilidad de repuestos y garantía extendida. Estos básicos fueron tomados en cuenta entre dos o tres opciones en el mercado, tomando en cuenta la inversión a realizar.

3.1.1.1.3. Vehículos

Para el proyecto se ha estimado el uso de vehículos de trabajo que faciliten el transporte de los alimentos y nos garanticen una vida útil adecuada, además de mantenimiento y disponibilidad de repuestos por parte de los concesionarios.

Tabla 40. Presupuesto de Vehículos

DESCRIPCION	CANT.	PROVEEDOR	COSTO TOTAL
Citroën Berlingo 2015/ 1600cc Turbo Diésel	1	Citroën Quito	23390
Hino Serie 300 Modelo Dutro City Capacidad de Carga 3620 Kg, Con furgón refrigerado	1	Teojama Comercial	33488
TOTAL	2		56878

Elaborado por: F. Chiriboga

3.1.1.1.4. Menaje, Vajilla y equipo de transportación de alimentos.

Para el servicio y transporte de alimentos se ha dispuesto la utilización de equipo óptimo, que nos garantice mantener la temperatura y conservación de los alimentos. Para el presente estudio se ha previsto la proyección únicamente para el primer año de funcionamiento y operaciones.

Tabla 41. Presupuesto de Menaje, Vajilla, Equipo de Transporte de alimentos

DESCRIPCIÓN	CANT.	PROVEEDOR	COSTO TOTAL
Transportador de alimentos 4 bandejas GN en polietileno, con plataforma rodante	2	IRVIX	1100,00
Carro ajustable para platos	2	IRVIX	750,00
Dispensadores de bebidas Cambro	4	IRVIX	1000,00
Kit de Bandejas Gastronorm de acero inoxidable Update International, varias medidas	3	IRVIX	1200,00
Lonchera térmica para comida 3 usos Regal	100	Almacenes Magda Espinoza	1200,00
Set de cubiertos Eclipse 24 piezas	100	IRVIX	1900,00
Juego de cristalería Zwiesel 12 Und.	100	IRVIX	1700,00
Juego de vajilla Corona línea restaurantes 5 piezas	600	Importadora Arellano	8680,00
TOTAL			17530.00

Elaborado por: F. Chiriboga

3.1.1.1.5. Total de inversión en Activos Fijos del proyecto

El monto de inversión en activos fijos anteriormente detallados, constituye la primera fase de inversión de la Empresa, esto se resume en la siguiente tabla.

Tabla 42. Inversión Total en Activos Fijos

DESCRIPCIÓN	VALOR DE INVERSIÓN
Terreno	54200,00
Edificios	240869,00
Equipos de oficina	5779,00
Equipos de computación	5490,00
Maquinarias y Equipos	47947,00
Muebles y enseres	19670,00
Vehículos	56878,00
TOTAL DE INVERSIÓN	430833,00

Elaborado por: F. Chiriboga

3.1.1.1.6. Presupuesto de Depreciación de Activos Fijos

Tabla 43. Tabla de Depreciación de Activos Fijos

DESCRIPCIÓN	TOTAL	AÑOS DEPRECIABLES	VALOR RESIDUAL	VALOR A DEPRECIAR	TOTAL ANUAL	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Edificios	240869	20	3%	233.642,93	11.682,15	11.682,15	11.682,15	11.682,15	11.682,15
Equipos de oficina	5779	10	3%	5.605,63	560,56	560,56	560,56	560,56	560,56
Equipos de computación	5490	3	3%	5.325,30	1.775,10	1.775,10	1.775,10	0	0
Maquinarias y Equipos	47947	10	3%	46.508,59	4.650,86	4.650,86	4.650,86	4.650,86	4.650,86
Muebles y enseres	19670	10	3%	19.079,90	1.907,99	1.907,99	1907,99	1907,99	1907,99
Vehículos	56878	5	3%	55.171,66	11.034,33	11.034,33	11034,332	11034,332	11034,332
TOTAL DE INVERSIÓN	376.633,00				31.610,99	31.610,99	31.610,99	29.835,89	29.835,89

Elaborado por: F. Chiriboga

La depreciación es la pérdida de valor del activo durante el tiempo de uso del mismo, durante el proceso de producción de la empresa, para esto se aplicó el método de línea recta establecido por las normas ecuatorianas de contabilidad.

3.1.1.1.7. Presupuesto en Activos Diferidos Intangibles.

Son todos los costos y gastos que no se endosan en el período en el cual se genera el gasto sino que se aplaza para cargarse en períodos futuros. Estos gastos no suceden de manera recurrente, sino en la constitución de la empresa y en los procesos pre-operativos de la misma.

Tabla 44. Presupuesto Activos Diferidos

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Gastos de Constitución	1200,00
Estudio de Mercado	300,00
Publicidad	960,00
TOTAL	2460,00

Elaborado por: F. Chiriboga

3.1.1.1.8. Amortización de Activos diferidos

Los activos diferidos según las normas ecuatorianas de contabilidad, deben registrar la amortización correspondiente a la recuperación de los valores de inversión de las operaciones previas de la empresa. El tiempo máximo de amortización permitido es de 5 años, para el proyecto en estudio se ha estimado realizarlo en 3 periodos.

Tabla 45. Amortización de Activos Diferidos

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	TOTAL
Amortización	820,00	820,00	820,00	2460,00

Elaborado por: F. Chiriboga

3.1.4.2. Inversión en Recurso Humano

El talento humano constituye una importante herramienta en la operación de un proyecto. Por tal motivo, es fundamental determinar y cuantificar el tipo de personal que el proyecto requiere; así como también detallar la inversión en remuneraciones que ello significa. Por lo tanto, al igual que se detalló en el presupuesto de inversión de recursos materiales necesarios para el proyecto, se representará un presupuesto de personal que esquematice a la mano de obra necesaria y al cálculo del valor de remuneración correspondiente.

3.1.4.2.1. Requerimiento de personal.

Tabla 46. Presupuesto de Inversión para Recurso Humano

CARGO	NUMERO DE PUESTOS	MONTO MENSUAL POR PUESTO	MONTO MENSUAL TOTAL
Gerente General	1	1.500,00	1.500,00
Secretaria de Gerencia	1	400,00	400,00
Gerente Operativo	1	900,00	900,00
Gerente Administrativo Contable	1	900,00	900,00
Chef Principal	1	650,00	650,00
Jefe de Mantenimiento	1	600,00	600,00
Jefe de Seguridad	1	600,00	600,00
Cocineros	4	400,00	1.600,00
Pastelero/Panadero	1	400,00	400,00
Posillero	1	355,00	355,00
Choferes	2	400,00	800,00
Personal de Servicio	2	355,00	710,00
Asistente de Compras	1	400,00	400,00
Personal de Seguridad	2	355,00	710,00
Personal de limpieza	1	355,00	355,00
TOTAL	21	8570,00	10880,00

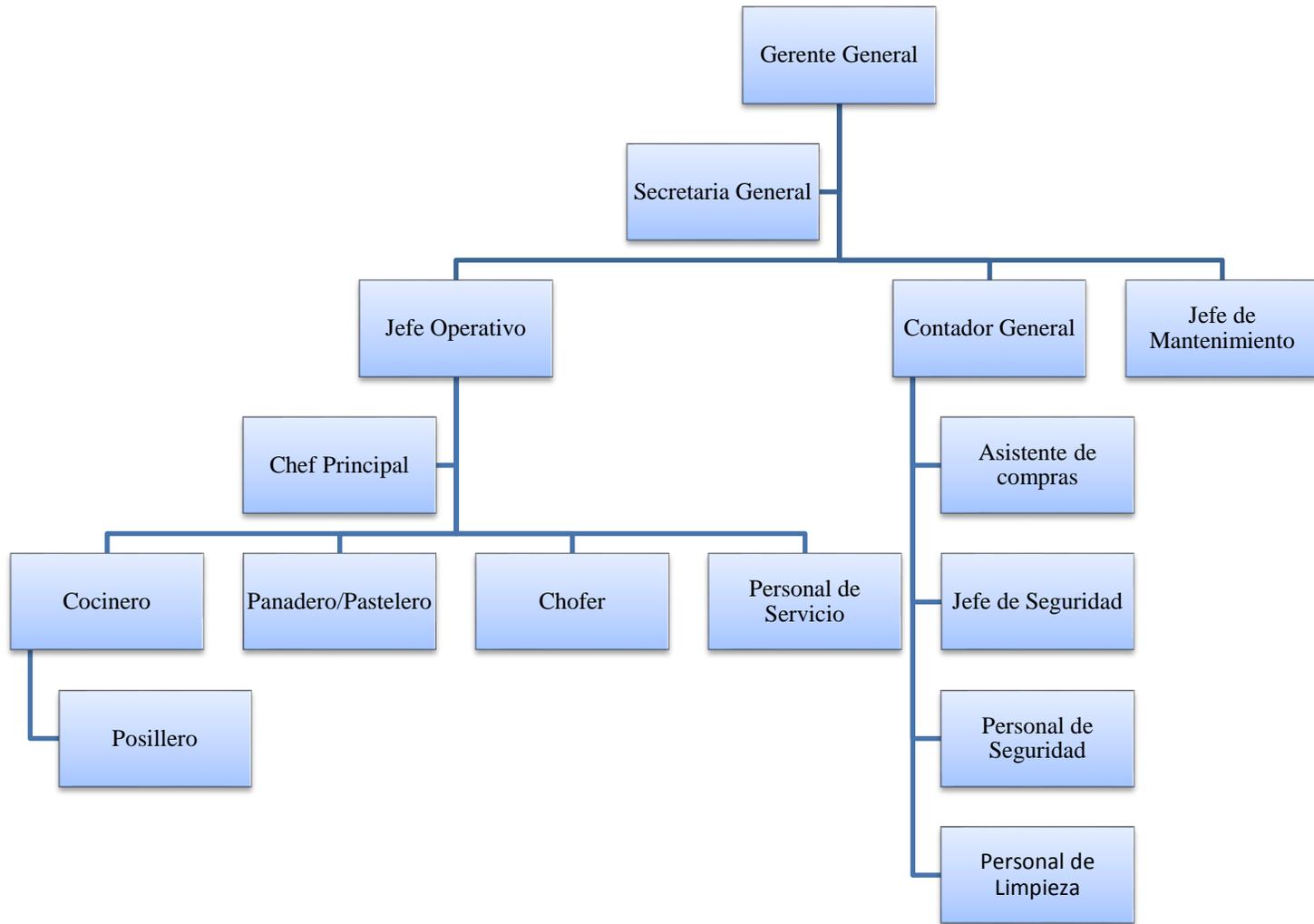
Elaborado por: F. Chiriboga

La empresa constara de tres niveles de jerarquía: Gerencial, Administrativa y Operativa. La propuesta mostrada en la anterior tabla para integrar la empresa es de 21 puestos fijos, con los que la empresa iniciara las operaciones.

3.1.4.2.2. Estructura Organizacional de la Empresa.

En este punto hacemos referencia a la forma en que la empresa organizara a su personal durante su proceso normal de operación. En el siguiente grafico se representara esquemáticamente una jerarquización vertical descendente de los puestos que se requieren para el proyecto.

Ilustración 44. Organización Estructural de FJ Catering Solutions



Elaborado por: F. Chiriboga

3.1.4.2.3. Estructura Funcional de la Empresa.

La administración del talento humano es el eje fundamental del éxito de toda organización, para ello FJ Catering Solutions definirá cual es el rol que desempeñará cada uno de los puestos y cuáles son las funciones a cumplir por parte del Recurso Humano. Es importante tomar en cuenta que cada puesto se diferencia de los demás, esto de acuerdo a la naturaleza de su área de operación y la responsabilidad encomendada.

En la sección de anexos se definirá cual es el perfil necesario para cada área y cuáles son las funciones y responsabilidades a cargo. Ver Anexos

3.1.4.2.4. Presupuesto de Provisiones en Recurso Humano

Tabla 47. Rol de Provisiones Recurso Humano

CARGO	N° DE PUESTOS	MONTO MENSUAL POR PUESTO	MONTO MENSUAL TOTAL	APORTE PATRONAL 11,15%	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Gerente General	1	1.500,00	1.500,00	167,25	29,50	125,00	1.821,75	21.861,00
Secretaria de Gerencia	1	400,00	400,00	44,60	29,50	33,33	507,43	6.089,20
Gerente Operativo	1	900,00	900,00	100,35	29,50	75,00	1.104,85	13.258,20
Gerencia Financiera/Contador	1	900,00	900,00	100,35	29,50	75,00	1.104,85	13.258,20
Chef Principal	1	650,00	650,00	72,48	29,50	54,17	806,14	9.673,70
Jefe de Mantenimiento	1	600,00	600,00	66,90	29,50	50,00	746,40	8.956,80
Jefe de Seguridad	1	600,00	600,00	66,90	29,50	50,00	746,40	8.956,80
Cocineros	4	400,00	1.600,00	178,40	118,00	133,33	2.029,73	24.356,80
Pastelero/Panadero	1	400,00	400,00	44,60	29,50	33,33	507,43	6.089,20
Posillero	1	355,00	355,00	39,58	29,50	29,58	453,67	5.443,99
Choferes	2	400,00	800,00	89,20	59,00	66,67	1.014,87	12.178,40
Personal de Servicio	2	355,00	710,00	79,17	59,00	59,17	907,33	10.887,98
Asistente de Compras	1	400,00	400,00	44,60	29,50	33,33	507,43	6.089,20
Personal de Seguridad	2	355,00	710,00	79,17	59,00	59,17	907,33	10.887,98
Personal de limpieza	1	355,00	355,00	39,58	29,50	29,58	453,67	5.443,99
TOTAL	21	8.570,00	10.880,00	1.213,12	619,50	906,67	13.619,29	163.431,44

Elaborado por: F. Chiriboga

3.1.4.3. Presupuesto de imprevistos del proyecto.

Para resguardar en un nivel aceptable de probabilidad la manifestación de erogaciones no estimadas, se anexara un margen de resguardo o seguridad para imprevistos. Considerando las circunstancias inflacionarias que presenta el país anualmente, dado que por una parte resguardamos cualitativamente al proyecto de gastos no previstos en el mismo y por otra parte reducimos los riesgos de estimaciones erróneas. El rubro de imprevistos depende mucho del monto global de la inversión considerando que no sea muy elevado y pueda atentar contra la rentabilidad del proyecto ni tan reducido eliminando así sus expectativas, por tal motivo se ha considerado que el 2 % del total de la inversión sería lo ideal, lo que daría \$8616,66 USD, tomando como referencia la inversión en los rubros mencionados en el estudio técnico que permanecerán en el tiempo (Material, Maquinaria, Pre operativo).

3.1.4.4. Cronograma de inversión del proyecto.

El cronograma de inversión para el proyecto se ha establecido de acuerdo a la capacidad de financiamiento y el tamaño del proyecto, considerando como etapas del proyecto la construcción de la edificación, permisos y fases de constitución, adquisición de equipos y maquinaria, equipamiento y adecuación de la planta. En el siguiente cuadro se explica las diferentes fases que tendría la inversión del proyecto.

Tabla 48. Cronograma de Inversión de FJ Catering Solutions.

GRUPO DE INVERSIÓN	3 MESES	6 MESES	9 MESES	1 AÑO	TOTAL
TERRENO	54200,00				54200,00
GASTOS PREOPERATIVOS	2460,00				2460,00
CONSTRUCCIÓN EDIFICACIÓN	80289,67	80289,67	80289,67		240869,00
MOBILIARIOS Y DECORACIÓN		11269,00			11269,00
EQUIPAMIENTO Y MAQUINARIA			23973,50	23973,50	47947,00
MENAJE Y EQUIPO MENOR			19670,00		19670,00
FLOTA DE VEHÍCULOS				56878,00	56878,00
PRESUPUESTO IMPREVISTOS				8616,66	8616,66
TOTAL	136949,67	91558,67	123933,17	89468,16	441909,66
PORCENTAJE DE INVERSIÓN	30,99%	20,72%	28,04%	20,25%	100,00%

Elaborado por: F. Chiriboga

3.1.4.5. Detalle del producto y servicio.

FJ Catering Solutions ofertará al mercado de las Industrias del Parque Industrial Turubamba el servicio de alimentación industrial y eventos corporativos, en el siguiente cuadro se explicará cuáles son las dos ofertas de alimentación que la empresa mostrará al mercado como oferta, para esto se ha tomado todas las características recopiladas en el Estudio de mercado realizado previamente con una capacidad de producción de 660 menús diarios, esto representa el 75% de aceptación en las encuestas realizadas de los cuales serán; 260 Menús de la Propuesta 2 y 400 Menús de la Propuesta 1. Para obtener una proyección más acertada de las ventas se realizará una temporalidad anual tomando en cuenta los meses

en que los empleados acostumbran a salir de vacaciones y los meses festivos, ya que en estas fechas la producción se reduciría notablemente.

Los dos segmentos de mercado definidos fueron el Obrero o de mayor fuerza de trabajo en las Industrias del Sector y el Administrativo que es trabajo de oficina. La presente propuesta pretende brindar dos sugerencias distintas en alimentación a la hora del almuerzo, esta es la primera meta que el proyecto pretende abarcar con las empresas del sector. Aquí se considerará en base a una sugerencia mensual de menú el aporte calórico y proteínico necesario para cada actividad de trabajo realizada. (Ver Anexo de Recetas Estándar y Planificación de Menú)

La logística que se aplicará de acuerdo a las necesidades de los clientes será:

- **PRODUCTO PRINCIPAL:**

ALIMENTACIÓN INTERNA: es decir la preparación y el servicio será en las instalaciones de la empresa contratante. Debe brindar las facilidades respectivas.

ALIMENTACIÓN TRANSPORTADA: la comida se elabora en nuestras instalaciones y es servida en la empresa contratante. Esto se realizará en vehículos equipados y recipientes herméticos usados para el caso.

- **TIPOS DE MENÚ SUGERIDOS:**

ALMUERZO CASERO: En base al menú mensual sugerido “coma mejor que en casa”, se lo puede pedir completo o parcial.

ALMUERZO EJECUTIVO: Con alternativas adicionales e innovadoras con platos a la carta y con estilo gourmet.

MENÚ LIGHT: Ideal para personas que requieren de una dieta especial, menos azúcar, menos sal, mayor cantidad de ensaladas y postres con frutas frescas.

PROPUESTA 1. MENÚ CASERO “Coma mejor que en casa”

Tabla 49. Costo Propuesta de Menú Casero

MENÚ	COSTO DE PRODUCCIÓN
<u>ENTRADA:</u> Sopa/Variación (Locro de Papa)	0,21
<u>PLATO FUERTE:</u> Arroz/Variación(Pollo al Horno con arroz amarillo y ensalada verde) Genero Principal Acompañamiento(Ensalada) Variación	1,03
<u>POSTRE:</u> Variación (Frutas en almíbar)	0,16
<u>BEBIDA:</u> Jugo de Fruta (Jugo de Maracuyá) Agua aromática	0,11
COSTO TOTAL DEL MENÚ	1,51
PRECIO DE VENTA PROPUESTO	3,00

Elaborado por: F. Chiriboga

PROPUESTA 2. MENÚ EJECUTIVO

Tabla 50. Propuesta 2 Menú Ejecutivo

MENÚ	COSTO DE PRODUCCIÓN
<u>ENTRADA:</u> Sopa/Ensaladas/Empanadas/Variación(Empanada de pollo)	0,24
<u>PLATO FUERTE:</u> Arroz/Variación (Cerdo en salsa BBQ, con arroz verde y ensalada Cesar Genero Principal/ Acompañamiento(Ensalada) Variación	1,51
<u>POSTRE:</u> Variación (Frutillas con Crema)	0,20
<u>BEBIDA:</u> Bebida suave (Jugo de Papaya)	0,07
Agua aromática o café	0,09
TOTAL DEL MENÚ	2,12
PRECIO DE VENTA PROPUESTO	4,00

Elaborado por: F. Chiriboga

3.1.4.6. Presupuesto mensual de Servicios Básicos para la inversión

Para el cálculo de los servicios básicos que se generarán en el proyecto se utilizará un promedio de consumo registrado por las empresas del sector del PIT de mediano impacto.

Tabla 51. Presupuesto mensual de Servicios Básicos

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Energía Eléctrica	28,00
Agua Potable	35,00
Planilla de Teléfono e internet	42,00
TOTAL	105,00

Elaborado por: F. Chiriboga

Estos rubros se desglosan un 35% para la parte de Gasto de Administración es decir \$36,75 y el resto para Costo de Producción, es decir: \$68,25

3.1.4.7. Capital de Trabajo.

Es el monto de dinero que la empresa requiere para el inicio de sus operaciones antes de generar ingresos. Contablemente se define como la diferencia entre los activos corrientes y los pasivos corrientes. El catering Industrial al no ser una actividad de transformación de materia prima o la elaboración de un producto en específico y no mantiene un inventario inicial de producto terminado; al tratarse de una empresa de servicios será capaz de producir ingresos una vez que se obtengan contratos para brindar el servicio de alimentación. Es por ello que se ha considerado un rubro para los 2 primeros meses de capital de trabajo para el normal desempeño de la empresa es decir un ciclo de conversión de 60 días donde la empresa no percibirá ingresos.

Tabla 52. Capital de Trabajo

CONCEPTO	COSTO ANUAL	COSTO DIARIO	CAPITAL DE TRABAJO
COSTO			
Costos de la Materia Prima	277.248,00	770,13	46.208,00
Salario Mano de Obra	74.074,06	205,76	12.345,68
Gastos de Mantenimiento	2.715,28	7,54	452,55
Servicios Básicos	819,00	2,28	136,50
Transporte de entrega	1.920,00	5,33	320,00
GASTO ADMINISTRATIVO Y DE VENTAS			
Salarios Administrativos	89.357,38	248,21	14.892,90
Servicios Básicos	441,00	1,23	73,50
Útiles de Oficina	1.787,15	4,96	297,86
Publicidad	960,00	2,67	160,00
TOTAL	449.321,87	1.248,12	74.886,98
Periodo de conversión	60	Días	

Elaborado por: F. Chiriboga

El Capital de trabajo determinado en el periodo de conversión es de \$74886,98. Este financiamiento es para solventar los costos operacionales durante el periodo donde FJ Catering Solutions no percibirá ingresos.

3.1.4.8. Presupuesto de Financiamiento de la Inversión.

Una vez que se ha considerado todas las inversiones a realizar, es imprescindible determinar las fuentes de financiamiento del proyecto, para ello tomaremos en cuenta la constitución del activo más el capital de trabajo determinado. Para la creación de la empresa FJ Catering Solutions se ha fijado dos fuentes de financiamiento, la primera es el aporte de los socios como tal y la segunda es la canalización de un crédito mediante la Corporación Financiera Nacional (C.F.N) en el segmento PYMES.

A continuación determinaremos la estructura del financiamiento para el proyecto:

Tabla 53. Estructura del financiamiento del Proyecto

CONCEPTO	VALOR DE INVERSIÓN	APORTE DE LOS SOCIOS	%	MONTO FINANCIADO	%
TERRENO	54.200,00	54.200,00	100%	-	0%
GASTOS PREOPERATIVOS	2.460,00	2.460,00	100%	-	0%
CONSTRUCCIÓN EDIFICACIÓN	240.869,00	80.000,00	33%	160.869,00	67%
MOBILIARIOS Y DECORACIÓN	11.269,00	10.000,00	89%	1.269,00	11%
EQUIPAMIENTO Y MAQUINARIA	47.947,00	10.000,00	21%	37.947,00	79%
MENAJE Y EQUIPO MENOR	19.670,00	5.000,00	25%	14.670,00	75%
FLOTA DE VEHÍCULOS	56.878,00	-	0%	56.878,00	100%
PRESUPUESTO IMPREVISTOS	8.616,66	-	0%	8.616,66	100%
CAPITAL DE TRABAJO	74.886,98	-	0%	74.886,98	100%
TOTAL DE INVERSIÓN	516.796,64	161.660,00		355.136,64	
% INTERVENCIÓN DE CADA FUENTE DE FINANCIAMIENTO	100%	31%		69%	

Elaborado por: F. Chiriboga

El monto a financiar mediante la CFN es de \$355.136,64 esto se lo canalizará mediante Financiamiento Estratégico de hasta 1 millón de USD a 10 años, con una tasa de interés efectiva del 9,92% y con un año de gracia, donde únicamente pagaremos el valor de interés sin abono a capital. (Ver Anexo de Amortización de Crédito).

Tabla 54. Financiamiento Crédito CFN

CONCEPTO	MONTO
Valor de Crédito	\$355.136,64
Tasa de interés	9,50 %
Plazo de Deuda	10 años
Periodos	10
Total de Cuotas	10
Garantía	Terreno
Valor a pagar Primer año	\$33737,98

Elaborado por: F. Chiriboga

3.2. ANÁLISIS ECONÓMICO-FINANCIERO DEL PROYECTO.

El estudio económico financiero contempla la fase final de un proyecto de inversión, en el que se interpreta de manera sistemática y metódica la información de índole monetaria, en consecuencia a la investigación y análisis efectuado en el Estudio Técnico. Esta interpretación será de mucha utilidad en la valoración de la rentabilidad económica del proyecto.

Los objetivos propuestos para el desarrollo de este capítulo son los siguientes:

- Establecer el rubro de inversión total requerida y el cronograma de uso.
- Elaborar el presupuesto de ingresos y egresos del proyecto.
- Fijar las tasas de depreciación y amortización correspondientes a activos fijos y diferidos.
- Analizar los costos y gastos operativos en que se incurrirá.
- Plasmar la información económico-financiera mediante los estados financieros y de resultados.
- Determinar el punto de equilibrio analítico y gráfico del proyecto.

3.2.1. Presupuesto de Ingresos

Los ingresos que percibirá FJ Catering Solutions, están compuestos por la cantidad de menús que se elaborará, es decir el 75% de la demanda insatisfecha que están interesados de adquirir nuestros servicios (660 menús). En las propuestas establecidas previamente de menús se determinó que: para la Propuesta 1 son un total de 400 menús diarios. Y en la Propuesta 2 son 260 menús diarios.

Para el cálculo de ingresos se consideran las siguientes especificaciones:

- La capacidad promedio de la planta en cuanto a producción de menús diarios de acuerdo a la capacidad instalada, es de 400 menús de la propuesta 1 y 260 de la Propuesta 2, datos establecidos del Estudio de Mercado.
- El pronóstico de ingresos se realizará por 5 años, ya que es el periodo considerado como horizonte de planeación.
- El primer año se trabajará bajo una capacidad del 75% con un incremento del 10% anual para cada uno de los cinco años subsiguientes considerando así, la captación de una mayor demanda, una vez que el servicio sea conocido y tenga una posición en el mercado y a su vez el mercado vaya creciendo en el sector.
- Se elaborará el presupuesto de ingresos de acuerdo a la temporalidad anual tomando en cuenta los meses en que los empleados acostumbran a salir de vacaciones y los meses festivos, ya que en estas fechas la producción se reduciría notablemente.
- Se considerará para las ventas los días de lunes a viernes, es decir 5 días a la semana, en total 4 semanas al mes.

A continuación se detallará como se calcularon los ingresos y la temporalidad respectiva de cada mes y de cada menú.

Tabla 55. Detalle de Unidades vendidas mensualmente

Menús	Unidades diarias	Costo Materia Prima	Lunes a Viernes	Total Semanal	Total Mensual
1	400	1,51	2000	2000	8000
2	260	2,12	1300	1300	5200
TOTAL	660		3300	3300	13200
MENÚS		P.V.P	Monto de Venta Mensual		
PRECIO MENÚ 1		\$3.00	\$24000.00		
PRECIO MENÚ 2		\$4.00	\$20800.00		

Elaborado por: F. Chiriboga

Tabla 56. Temporalidad Anual de las ventas.

TEMPORALIDAD ANUAL EN VENTAS													
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL ANUAL
	100%	100%	100%	100%	100%	80%	80%	70%	100%	100%	90%	80%	
MENÚ 1	24000	24000	24000	24000	24000	19200	19200	16800	24000	24000	21600	19200	264000
MENÚ 2	20800	20800	20800	20800	20800	16640	16640	14560	20800	20800	18720	16640	228800
TOTAL	44800	44800	44800	44800	44800	35840	35840	31360	44800	44800	40320	35840	492800

Elaborado por: F. Chiriboga

Tabla 57. Presupuesto de Ingresos Anuales

PRESUPUESTO DE INGRESOS ANUALES					
AÑO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CONCEPTO					
MENÚ 1	264.000,00	290.400,00	319.440,00	351.384,00	386.522,40
MENÚ 2	228.800,00	251.680,00	276.848,00	304.532,80	334.986,08
TOTAL	492.800,00	542.080,00	596.288,00	655.916,80	721.508,48
% de crecimiento anual	10%				

Elaborado por: F. Chiriboga

3.2.2. Presupuesto de Costos o Egresos.

Este presupuesto engloba los costos de producción directos e indirectos, los gastos de operación (gastos de ventas, administrativos y financieros). Cabe señalar, que los costos directos son la materia prima y la fuerza de trabajo que intervienen de manera directa en la producción de un bien u ofrecimiento de un servicio. Y los costos indirectos son la mano de obra, material y otros gastos que intervienen de manera indirecta en la producción. Por lo correspondiente a los gastos de operación, son aquellos rubros necesarios que en conjunto a los costos de producción sirven para la operación normal de la empresa. A continuación se muestra desglosado el monto de cada una de las partidas que integran el presupuesto de costos y egresos del presente proyecto:

3.2.2.1. Costos directos de producción

3.2.2.1.1. Materia Prima e Insumos

Tabla 58. Presupuesto de Costos

Menús	Unidades diarias	Costo Materia Prima	Lunes a viernes	Total semanal	Total mensual	Costo Mensual
1	400	1,51	2000	2000	8000	12080,00
2	260	2,12	1300	1456	5200	11024,00
					TOTAL	23104,00

Tabla 59. Temporalidad en Costos

TEMPORALIDAD ANUAL EN COSTOS													
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL ANUAL
	100%	100%	100%	100%	100%	80%	80%	70%	100%	100%	90%	80%	
MENÚ 1	12080	12080	12080	12080	12080	9664	9664	8456	12080	12080	10872	9664	132880
MENÚ 2	11024	11024	11024	11024	11024	8819,2	8819,2	7716,8	11024	11024	9921,6	8819,2	121264
TOTAL	23104	23104	23104	23104	23104	18483,2	18483,2	16172,8	23104	23104	20793,6	18483,2	254144

Tabla 60. Proyección del Costo de Materia Prima

AÑO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CONCEPTO					
MENÚ 1	132.880,00	146.168,00	160.784,80	176.863,28	194.549,61
MENÚ 2	121.264,00	133.390,40	146.729,44	161.402,38	177.542,62
TOTAL	254.144,00	279.558,40	307.514,24	338.265,66	372.092,23
% de crecimiento anual	10%				

Elaborado por: F. Chiriboga

3.2.2.1.2. Mano de obra directa

En el caso de este proyecto se define como la fuerza de trabajo empleada para transformar la materia prima en los menús terminados. Esta partida comprende las remuneraciones, beneficios sociales, aportes a la seguridad social, que perciben los trabajadores que ejecutan una labor directa para la transformación de la materia prima en un producto elaborado.

Tabla 61. Mano de Obra Directa

CARGO	NÚMERO DE PUESTOS	MONTO MENSUAL POR PUESTO	MONTO MENSUAL TOTAL	APORTE PATRONAL 11,15%	DÉCIMO CUARTO	DÉCIMO TERCERO	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Chef Principal	1	650,00	650,00	72,48	29,50	54,17	806,14	9.673,70
Cocineros	4	400,00	1.600,00	178,40	118,00	133,33	2.029,73	24.356,80
Pastelero/Panadero	1	400,00	400,00	44,60	29,50	33,33	507,43	6.089,20
Posillero	1	355,00	355,00	39,58	29,50	29,58	453,67	5.443,99
TOTAL	7	1.805,00	3.005,00	335,06	206,50	250,42	3.796,97	45.563,69

Tabla 62. Proyección anual de la Mano de Obra Directa

CARGO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	Porcentaje de crecimiento 4,05% de acuerdo a la inflación anual del país BCE
Chef Principal	9.673,70	10.065,48	10.473,14	10.897,30	11.338,64	
Cocineros	24.356,80	25.343,25	26.369,65	27.437,62	28.548,85	
Pastelero/Panadero	6.089,20	6.335,81	6.592,41	6.859,41	7.137,21	
Posillero	5.443,99	5.664,47	5.893,88	6.132,58	6.380,95	
TOTAL	45.563,69	47.409,02	49.329,08	51.326,91	53.405,65	

Elaborado por: F. Chiriboga

3.2.2.2. Costos Indirectos de Producción

Son costos de los recursos que contribuyen en el proceso de producción, pero que no se asocian físicamente al producto terminado. Estos costos están ligados al periodo de producción y no al producto terminado, entre ellos tenemos:

3.2.2.2.1. Insumos indirectos de fabricación

Tabla 63. Insumos Indirectos de Fabricación

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Energía Eléctrica	218,40	227,25	236,45	246,02	255,99
Agua Potable	273,00	284,06	295,56	307,53	319,99
Planilla de Teléfono e internet	327,60	340,87	354,67	369,04	383,98
TOTAL	819,00	852,17	886,68	922,59	959,96

Elaborado por: F. Chiriboga

3.2.2.2.2. Costos de Mantenimiento

Para determinar el costo de mantenimiento se estimó una vida útil de 10 años para los activos fijos que se deprecian, de los cual se destinó un 20% por cada año de uso. Esto con el propósito de generar un rubro que nos garantice un mantenimiento preventivo adecuado y prolongue la vida útil de nuestros activos. Para la proyección se utilizó la tasa de inflación anual.

Tabla 64. Proyección de Costo de Mantenimiento

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mantenimiento	2.715,28	2.825,25	2.939,67	3.058,73	3.182,61
TOTAL	2.715,28	2.825,25	2.939,67	3.058,73	3.182,61

Elaborado por: F. Chiriboga

3.2.2.2.3. Mano de Obra indirecta.

Es aquella fuerza de trabajo que no interviene directamente en la Producción de la materia prima y en la obtención del producto terminado.

Tabla 65. Remuneración Mano de Obra Indirecta

CARGO	NÚMERO DE PUESTOS	MONTO MENSUAL POR PUESTO	MONTO MENSUAL TOTAL	APORTE PATRONAL 11,15%	DÉCIMO CUARTO	DÉCIMO TERCERO	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Gerente Operativo	1	900,00	900,00	100,35	29,50	75,00	1.104,85	13.258,20
Choferes	2	400,00	800,00	89,20	59,00	66,67	1.014,87	12.178,40
Personal de Servicio	2	355,00	710,00	79,17	59,00	59,17	907,33	10.887,98
TOTAL	5	1.655,00	2.410,00	268,72	147,50	200,83	3.027,05	36.324,58

Elaborado por: F. Chiriboga

Tabla 66. Proyección de Mano de Obra indirecta

CARGO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	Porcentaje de crecimiento De acuerdo a inflación anual BCE 4,05%
Gerente Operativo	13.258,20	13.795,16	14.353,86	14.935,19	15.540,07	
Choferes	12.178,40	12.671,63	13.184,83	13.718,81	14.274,42	
Personal de Servicio	10.887,98	11.328,94	11.787,77	12.265,17	12.761,91	
TOTAL	36.324,58	37.795,73	39.326,45	40.919,17	42.576,40	

Elaborado por: F. Chiriboga

3.2.3. Presupuesto de Gastos

3.2.3.1. Gastos Administrativos.

El presupuesto de gastos está conformado por todos los flujos de dinero provenientes por concepto de labores administrativas y de ventas de la empresa. Contempla los sueldos, salarios y beneficios sociales de la gerencia general y del personal de los diferentes departamentos administrativos, gastos de representación, servicios básicos, seguros, alquileres, materiales y útiles de oficina, gastos de mantenimiento de los activos fijos de la edificación de administración.

3.2.2.2.4. Servicios Básicos Área Administrativa.

Tabla 67. Servicios Básicos Administrativos

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Energía Eléctrica	117,60	122,36	127,32	132,47	137,84
Agua Potable	147,00	152,95	159,15	165,59	172,30
Planilla de Teléfono e internet	176,40	183,54	190,98	198,71	206,76
TOTAL	441,00	458,86	477,44	496,78	516,90

Elaborado por: F. Chiriboga

3.2.2.2.5. Materiales y útiles de Oficina

Materiales de oficina: consiste en el rubro destinado para la adquisición de papelería de uso exclusivo de la parte administrativa.

Tabla 68. Proyección de Materiales de Oficina.

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materiales de Oficina	1.787,15	1.859,53	1.934,84	2.013,20	2.094,73
TOTAL	1.787,15	1.859,53	1.934,84	2.013,20	2.094,73

Elaborado por: F. Chiriboga

3.2.2.2.6. Gasto Remuneraciones Administrativas.

Sueldos y beneficios: el personal administrativo y de apoyo será contratado bajo relación de dependencia y de igual manera que la mano de obra directa gozarán de todos los beneficios de ley vigentes. A continuación el rol de pagos al primer año y su proyección a 5 años.

Tabla 69. Remuneraciones Administrativas

CARGO	NÚMERO DE PUESTOS	MONTO MENSUAL POR PUESTO	MONTO MENSUAL TOTAL	APORTE PATRONAL 11,15%	DÉCIMO CUARTO	DÉCIMO TERCERO	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Gerente General	1	1.500,00	1.500,00	167,25	29,50	125,00	1.821,75	21.861,00
Secretaria de Gerencia	1	400,00	400,00	44,60	29,50	33,33	507,43	6.089,20
Gerencia Financiera/Contador	1	900,00	900,00	100,35	29,50	75,00	1.104,85	13.258,20
Jefe de Mantenimiento	1	600,00	600,00	66,90	29,50	50,00	746,40	8.956,80
Jefe de Seguridad	1	600,00	600,00	66,90	29,50	50,00	746,40	8.956,80
Asistente de Compras	1	400,00	400,00	44,60	29,50	33,33	507,43	6.089,20
Personal de Seguridad	2	355,00	710,00	79,17	59,00	59,17	907,33	10.887,98
Personal de limpieza	1	355,00	355,00	39,58	29,50	29,58	453,67	5.443,99
TOTAL	9	5.110,00	5.465,00	609,35	265,50	455,42	6.795,26	81.543,17

Tabla 70. Proyección Remuneraciones Administrativas

CARGO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gerente General	21.861,00	22.746,37	23.667,60	24.626,14	25.623,49
Secretaria de Gerencia	6.089,20	6.335,81	6.592,41	6.859,41	7.137,21
Gerencia Administrativa/Contable	13.258,20	13.795,16	14.353,86	14.935,19	15.540,07
Jefe de Mantenimiento	8.956,80	9.319,55	9.696,99	10.089,72	10.498,35
Jefe de Seguridad	8.956,80	9.319,55	9.696,99	10.089,72	10.498,35
Asistente de Compras	6.089,20	6.335,81	6.592,41	6.859,41	7.137,21
Personal de Seguridad	10.533,98	10.960,61	11.404,51	11.866,39	12.346,98
Personal de limpieza	5.443,99	5.664,47	5.893,88	6.132,58	6.380,95
TOTAL	81.189,17	84.477,33	87.898,66	91.458,56	95.162,63

Elaborado por: F. Chiriboga

3.2.3.2. Gastos de Ventas.

El presupuesto gastos de ventas está integrado por los rubros destinados a la promoción de los servicios de la empresa de Catering.

Tabla 71. Proyección de Gastos de Ventas

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Diseño Pagina Web Hosting y Dominio por una año	550,00	572,28	595,45	619,57	644,66
Posicionamiento y diseño de página en redes sociales	150,00	156,08	162,40	168,97	175,82
Diseño de Video Institucional	100,00	-	-	-	-
Diseño Volantes Flyers Millar Full Color impresión ambos lados	60,00	62,43	64,96	67,59	70,33
Imprevistos	100,00	104,05	108,26	112,65	117,21
TOTAL	960,00	894,83	931,07	968,78	1.008,01

Elaborado por: F. Chiriboga

3.2.3.3. Gastos Financieros

Este flujo de gasto está definido por la tasa de interés anual generada por el crédito solicitado a la Corporación Financiera Nacional para el financiamiento del proyecto.

Tabla 72. Proyección Gastos Financieros

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Interés Crédito Financiamiento CFN	33.737,98	33.737,98	26.990,38	20.242,79	20.242,79

Elaborado por: F. Chiriboga

3.2.4. Proyección de Costos y Gastos

Tabla 73. Proyección de Costos y Gastos

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<i>COSTOS</i>	339.566,55	368.440,56	399.996,13	434.493,07	472.216,85
<i>COSTOS DIRECTOS</i>	299.707,69	326.967,42	356.843,32	389.592,58	425.497,88
Materia Prima	254.144,00	279.558,40	307.514,24	338.265,66	372.092,23
Mano de Obra Directa	45.563,69	47.409,02	49.329,08	51.326,91	53.405,65
<i>COSTOS INDIRECTOS</i>	39.858,86	41.473,14	43.152,80	44.900,49	46.718,97
Insumos (Servicios Básicos)	819,00	852,17	886,68	922,59	959,96
Costo de Mantenimiento	2.715,28	2.825,25	2.939,67	3.058,73	3.182,61
Mano de Obra Indirecta	36.324,58	37.795,73	39.326,45	40.919,17	42.576,40
<i>GASTOS ADMINISTRATIVOS</i>	115.848,31	119.226,71	122.741,93	123.804,43	127.610,15
Servicios Básicos	441,00	458,86	477,44	496,78	516,90
Materiales y Útiles de Oficina	1.787,15	1.859,53	1.934,84	2.013,20	2.094,73
Remuneración Administrativa	81.189,17	84.477,33	87.898,66	91.458,56	95.162,63
Amortizaciones	820,00	820,00	820,00	-	-
Depreciaciones	31.610,99	31.610,99	31.610,99	29.835,89	29.835,89
<i>GASTOS DE VENTAS</i>	960,00	894,83	931,07	968,78	1.008,01
Publicidad	960,00	894,83	931,07	968,78	1.008,01
<i>GASTOS FINANCIEROS</i>	33.737,98	33.737,98	26.990,38	20.242,79	20.242,79
Interés Financiamiento CFN	33.737,98	33.737,98	26.990,38	20.242,79	20.242,79
<i>TOTAL COSTOS Y GASTOS</i>	490.112,84	522.300,08	550.659,51	579.509,07	621.077,80

Elaborado por: F. Chiriboga

3.3. EVALUACIÓN FINANCIERA Y ECONÓMICA DEL PROYECTO.

La evaluación financiero-económica tiene como finalidad primordial, precisar la viabilidad económica del proyecto de Catering Industrial y Eventos corporativos dirigido a las Empresas del Parque Industrial de Turubamba. Para estipular la factibilidad del proyecto es primordial emplear los indicadores de evaluación tiempo, como lo son: Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Relación Costo – Beneficio y Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI). El cálculo de estos indicadores se los realizará a partir de la preparación del balance de estado financiero y de la elaboración del flujo de fondos.

3.3.1. Estado de Resultados.

El Estado de Resultados permite conocer la utilidad o pérdida que produce la unidad de negocio en la operación normal en un periodo de tiempo, esta se logra de:

Total de ingresos - el Total de costos

Este balance nos permite interpretar el beneficio que se obtendrá por el servicio de Catering Industrial en el PIT.

A continuación se presentan los balances:

Tabla 74. ESTADO DE RESULTADOS

ESTADO DE RESULTADOS					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	492.800,00	542.080,00	596.288,00	655.916,80	721.508,48
(+)Ingresos por Ventas	492.800,00	542.080,00	596.288,00	655.916,80	721.508,48
COSTO DE VENTAS	339.566,55	368.440,56	399.996,13	434.493,07	472.216,85
(-)Costos Directos	299.707,69	326.967,42	356.843,32	389.592,58	425.497,88
(-)Costos Indirectos	39.858,86	41.473,14	43.152,80	44.900,49	46.718,97
(=)UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	153.233,45	173.639,44	196.291,87	221.423,73	249.291,63
GASTOS OPERACIONALES	84.377,32	87.690,55	91.242,01	94.937,32	98.782,27
(-)Gastos de Administración	83.417,32	86.795,72	90.310,94	93.968,54	97.774,26
(-)Gastos de Ventas	960,00	894,83	931,07	968,78	1.008,01
(=)UTILIDAD OPERACIONAL	68.856,13	85.948,89	105.049,86	126.486,41	150.509,36
(-)Gastos Financieros	33.737,98	33.737,98	26.990,38	20.242,79	20.242,79
(-)Depreciación	31.610,99	31.610,99	31.610,99	29.835,89	29.835,89
(-)Amortización	820,00	820,00	820,00	-	-
(=)UTILIDAD O PERDIDA DE OPERACIÓN ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACION	2.687,16	19.779,92	45.628,49	76.407,73	100.430,68
(-)Participación de Trabajadores (15%)	403,07	2.966,99	6.844,27	11.461,16	15.064,60
(=)UTILIDAD ANTES DE IMP. RENTA	2.284,09	16.812,93	38.784,22	64.946,57	85.366,07
(-)Impuesto a la Renta (22%)	502,50	3.698,84	8.532,53	14.288,25	18.780,54
(=)UTILIDAD NETA	1.781,59	13.114,09	30.251,69	50.658,33	66.585,54

Elaborado por: F. Chiriboga

Como se observa en el Estado de Resultados en todos los años se obtiene utilidad.

3.3.2. Flujo de Fondos.

El flujo de fondos nos indica el saldo en efectivo con que la empresa cuenta una vez registrado los ingresos y egresos de capital por concepto operativo del negocio, además nos ilustra la etapa de inversión del proyecto, es decir, toma como inicio el periodo pre operativo de la misma.

Tabla 75. FLUJO DE FONDOS DEL PROYECTO

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(=)Utilidad Neta		1.781,59	13.114,09	30.251,69	50.658,33	66.585,54
(+)Depreciaciones		31.610,99	31.610,99	31.610,99	29.835,89	29.835,89
(+)Amortización		820,00	820,00	820,00	-	-
(+)Valor Residual de Activos						210.829,26
(-)INVERSION	- 516.796,64					
(-)Activo Fijo	- 439.449,66					
(-)Activo Diferido	- 2.460,00					
(-)Capital de Trabajo	- 74.886,98					
(+)Financiamiento	355.136,64					
(-)Amortización del Crédito		-	- 35.513,66	- 35.513,66	- 35.513,66	- 35.513,66
(+)Recuperación del Capital de Trabajo						74.886,98
(=)FLUJO DE CAJA	-\$ 161.660,00	\$ 34.212,58	\$ 10.031,42	\$ 27.169,02	\$ 44.980,56	\$ 346.624,00

Elaborado por: F. Chiriboga

3.3.3. Indicadores Financieros

3.3.3.1. Valor Actual Neto (VAN)

El VAN tiene como objetivo principal determinar el valor presente de los flujos de fondos usando la Tasa de Oportunidad mediante el cálculo WACC (*Weighted Average Cost of Capital*). Para su cálculo se utiliza la siguiente fórmula:

TASA DE OPORTUNIDAD

$$WACC = K_e (\% \text{ capital propio}) + K_d (1 - T) (\% \text{ deuda})$$

Donde:

K_e (tasa de oportunidad de mercado): 13,50%

K_d (tasa efectiva del crédito): 9,9248%

% Capital Propio: 36%

% Financiamiento: 64%

Tasa impositiva del país (Riesgo país): 36,25%

Despejando la formula determinamos que el WACC es: **8,91%**

Para el cálculo de VAN del proyecto se utilizará la siguiente ecuación:

$$VAN = \sum FNA - I_0$$

La ecuación anterior nos indica que el VAN es el resultado de la sumatoria de los flujos de fondos actualizados menos la inversión inicial del proyecto. Para obtener los flujos actualizados, aplicaremos la siguiente fórmula que nos permitirá transformar los flujos de fondos proyectados a su valor presente:

$$VP = \frac{FNC}{(1+t)^n}$$

Donde,

FNC: flujo de caja proyectado.

t: costo de oportunidad o Tasa de oportunidad.

n: N° de periodo al que corresponde el flujo.

En los siguientes cuadros mostrare como se calculó el VAN para el proyecto.

DATOS		VALORES				
Numero de Periodos		5				
Tipo de Periodo		anual				
Tasa de Descuento Oportunidad		8,91%				
PERIODOS ANUALES						
DETALLE	0	1	2	3	4	5
FLUJO NETO DE EFECTIVO PROYECTADO	-\$ 161.660,00	\$ 34.212,58	\$ 10.031,42	\$ 27.169,02	\$ 44.980,56	\$ 346.624,00

Tabla 76. Valor Actual Neto

Tabla Valor actual Neto			
N° Periodo	FNE	(1+i) ⁿ	FNE/(1+i) ⁿ
0	- 161.660,00		- 161.660,00
1	34.212,58	1,09	31.413,62
2	10.031,42	1,19	8.457,20
3	27.169,02	1,29	21.031,52
4	44.980,56	1,41	31.970,82
5	346.624,00	1,53	226.214,19
TOTAL			157.427,36

Elaborado por: F. Chiriboga

VAN	\$157.427,36
-----	--------------

Para que un proyecto tenga la rentabilidad esperada, se espera que el VAN sea positivo.

¿Qué favorece que el VAN sea positivo y no negativo?

- Inversión inicial lo más pequeña posible.
- Obtener los mayores flujos futuros posibles.
- Tasa de retorno lo más pequeña posible

Análisis: luego de realizar los cálculos respectivos determinamos que el VAN del proyecto es positivo, esto significa que la rentabilidad a obtener del proyecto, supera la tasa de retorno esperada, por ende el proyecto es viable desde este punto de vista.

3.3.3.2. Tasa Interna de Retorno.

La Tasa Interna de Retorno, es la tasa de interés que vuelve a cero el VAN, la fórmula para el cálculo es el siguiente:

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+r)^t} = 0$$

Tabla 77. Tasa Interna de Retorno TIR

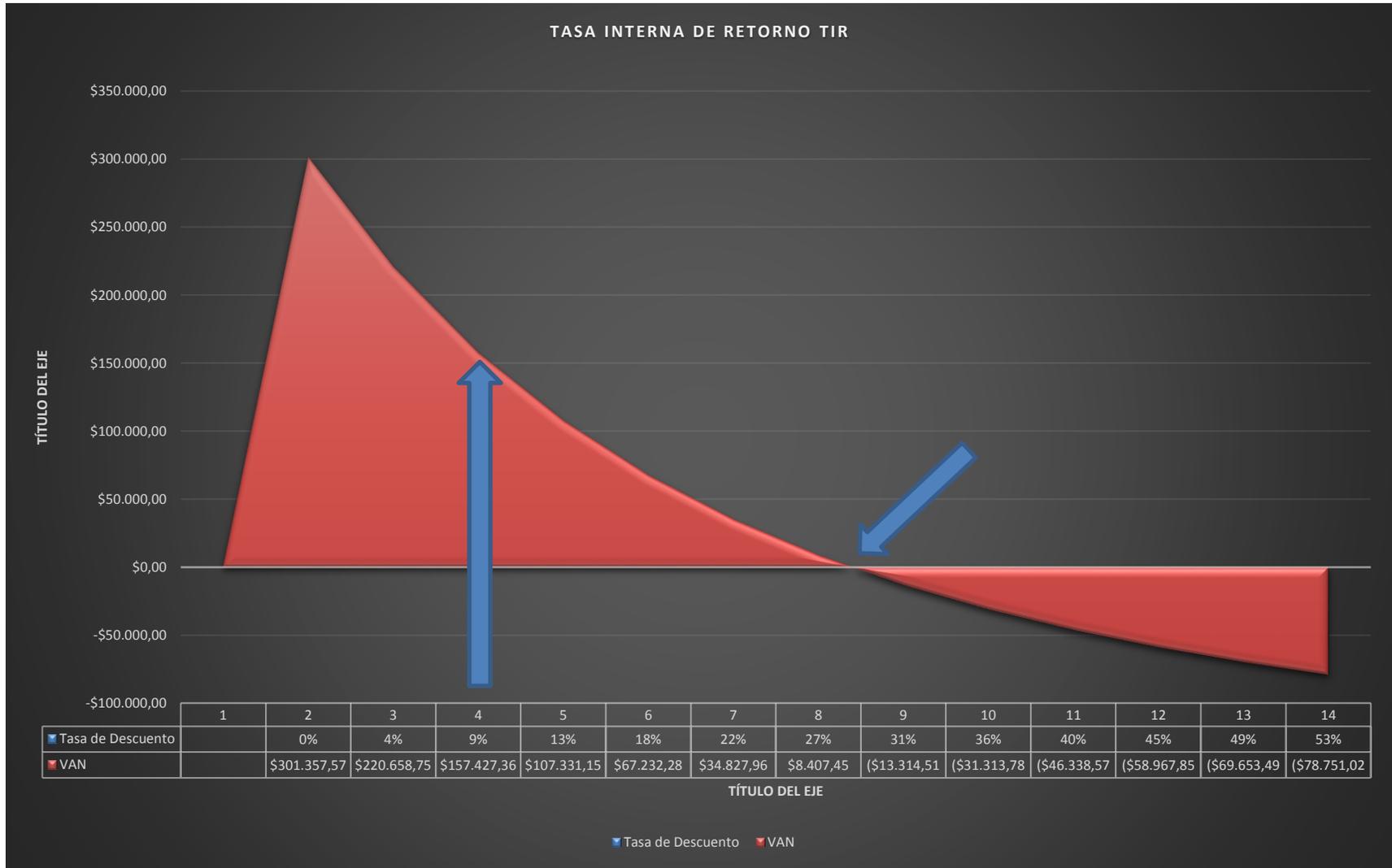
Tasa Interna de Retorno (TIR)	
Tasa de Descuento	VAN
0%	\$301.357,57
4%	\$220.658,75
9%	\$157.427,36
13%	\$107.331,15
18%	\$67.232,28
22%	\$34.827,96
27%	\$8.407,45
31%	-\$13.314,51
36%	-\$31.313,78
40%	-\$46.338,57
45%	-\$58.967,85
49%	-\$69.653,49
53%	-\$78.751,02
TIR	28,3544%

Elaborado por: F. Chiriboga

Análisis: Desde el punto de vista de la TIR el proyecto es factible ya que es mayor que la tasa TREMA.

A continuación se grafica la idea del proyecto para tener una mejor percepción de lo explicado

Ilustración 45. TASA INTERNA DE RETORNO



Elaborado por: F. Chiriboga

3.3.3.3. Relación Beneficio – Costo.

La relación **Beneficio-Costo** establece el indicador donde por cada dólar invertido en costos del proyecto, cuantos dólares se producen de beneficio, para esto es indispensable emplear la fórmula que expone a la división de los flujos de fondos actuales con la tasa de oportunidad, entre la inversión inicial, con lo cual se consigue:

$$RBC = \frac{\sum FNCa}{Inversión}$$

Tabla 78. Relación Costo Beneficio valores actuales

TASA DE ACTUALIZACION		8,91%				
AÑO	INGRESOS	COSTOS	FLUJO DE EFECTIVO	TASA (1+t)-n	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
0		161.660,00	-161.660,00	1,000	-	161.660,00
1	492.800,00	423.943,87	68.856,13	0,918	452.483,70	389.260,74
2	542.080,00	456.131,11	85.948,89	0,843	457.012,28	384.551,21
3	596.288,00	491.238,14	105.049,86	0,774	461.586,18	380.267,14
4	655.916,80	529.430,39	126.486,41	0,711	466.205,85	376.303,13
5	721.508,48	570.999,12	150.509,36	0,653	470.871,77	372.646,16
TOTAL	3.008.593,28	2.633.402,63	375.190,65		2.308.159,78	2.064.688,38

Elaborado por: F. Chiriboga

RBC

\$1,12

Análisis: En función del resultado obtenido, se determinó que por cada dólar utilizado en la operación de la empresa FJ Catering Solutions se genera 0,12 dólares de beneficio. Siendo este panorama mayor que 0, por ende es rentable el beneficio obtenido.

3.3.3.4. Periodo de Recuperación de la Inversión.

El periodo de recuperación de la inversión establece el tiempo en el que los inversionistas recuperarán sus aportes de capital en un horizonte de planeación determinado. Su cálculo proviene de la diferencia de los flujos netos menos los flujos actuales al valor presente.

AÑO	FLUJO DE EFECTIVO	TASA	FLUJO A VP ACTUAL	FLUJO ACUMULADO
1	68.856,13	0,92	63.222,97	63.222,97
2	85.948,89	0,84	72.461,07	135.684,04
3	105.049,86	0,77	81.319,03	217.003,07
4	126.486,41	0,71	89.902,72	306.905,79
5	150.509,36	0,65	98.225,60	

Inversión Inicial	441.909,66
Ultimo Flujo	98.225,60
Por Recuperar	135.003,87
PR: años	1,37

$$\mathbf{PR: Años = 4 años flujo + PR: años 1,37 = 5,37}$$

Análisis: El periodo de recuperación de la inversión para el proyecto de FJ Catering Solutions se ha determinado en 5,37 años.

3.3.3.5. Punto de Equilibrio.

El Punto de Equilibrio (P.E) determina el punto exacto donde las ganancias de la empresa son iguales a los costos totales es decir donde se empieza a perder para comenzar a ganar. Logramos esto determinando cuántas unidades son necesarias vender para poder cubrir los costos y gastos totales que tenga la compañía. Esto se logró mediante la siguiente formula.

$$P.E = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ingresos Totales}}}$$

$$P.E = \frac{418,18}{1 - \frac{1,43}{3,50}}$$

$$\mathbf{P.E = \$707,10 \text{ Diarios}}$$

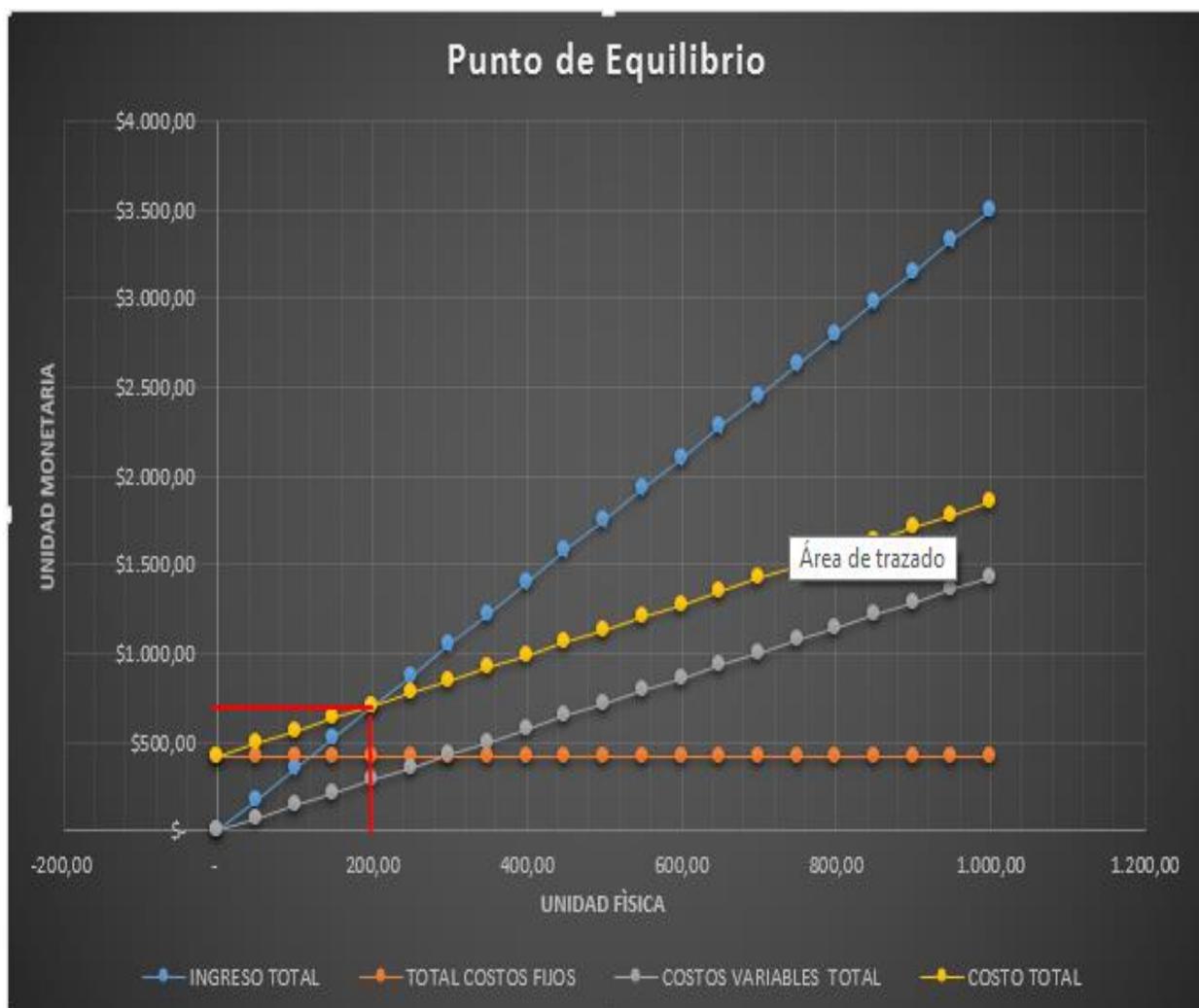
$$P.e.q = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Precio x menu} - \text{Costo Variable Unit.}}$$

$$P.e.q = \frac{418,18}{3,50 - 1,43}$$

$$\mathbf{P.e.q = 202 \text{ menús}}$$

Análisis: Es decir para que FJ Catering Solutions cubra sus costos y gastos totales debe vender 202 menús y generar \$707.10 diarios, para empezar a percibir utilidades.

Ilustración 46. Punto de Equilibrio



Elaborado por: F. Chiriboga

3.3.3.6. Razones Financieras.

Para poder establecer las razones financieras del proyecto es necesario desarrollar el Balance General proyectado, el detalle a continuación:

Tabla 79. BALANCE GENERAL PROYECTADO

	INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS						
ACTIVOS CORRIENTES	\$ 74.886,98	\$ 71.479,00	\$ 66.981,16	\$ 68.693,94	\$ 79.988,50	\$ 87.123,82
Caja - Bancos	\$ 74.886,98	\$ 71.479,00	\$ 66.981,16	\$ 68.693,94	\$ 79.988,50	\$ 87.123,82
ACTIVOS FIJOS	\$ 430.833,00	\$ 398.402,01	\$ 365.971,02	\$ 333.540,03	\$ 295.180,77	\$ 256.821,51
Terreno	\$ 54.200,00	\$ 54.200,00	\$ 54.200,00	\$ 54.200,00	\$ 54.200,00	\$ 54.200,00
Edificios	\$ 240.869,00	\$ 240.869,00	\$ 240.869,00	\$ 240.869,00	\$ 240.869,00	\$ 240.869,00
Muebles y Enseres	\$ 19.670,00	\$ 19.670,00	\$ 19.670,00	\$ 19.670,00	\$ 19.670,00	\$ 19.670,00
Maquinaria y Equipo	\$ 47.947,00	\$ 47.947,00	\$ 47.947,00	\$ 47.947,00	\$ 47.947,00	\$ 47.947,00
Equipos de Computación	\$ 5.490,00	\$ 5.490,00	\$ 5.490,00	\$ 5.490,00	\$ 5.490,00	\$ 5.490,00
Equipo de Oficina	\$ 5.779,00	\$ 5.779,00	\$ 5.779,00	\$ 5.779,00	\$ 5.779,00	\$ 5.779,00
Vehículos	\$ 56.878,00	\$ 56.878,00	\$ 56.878,00	\$ 56.878,00	\$ 56.878,00	\$ 56.878,00
Depreciación Acumulada		-\$ 31.610,99	-\$ 63.221,98	-\$ 94.832,97	-\$ 133.192,23	-\$ 171.551,49
Amortizaciones de Activos		-\$ 820,00	-\$ 1.640,00	-\$ 2.460,00	-\$ 2.460,00	-\$ 2.460,00
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 11.076,66					
Gastos de Constitución	\$ 2.460,00					
Gastos de Operación	\$ 8.616,66					
TOTAL ACTIVOS	\$ 516.796,64	\$ 469.881,01	\$ 432.952,18	\$ 402.233,97	\$ 375.169,27	\$ 343.945,32
PASIVOS						
PASIVOS CORRIENTES		-\$ 1.796,37	-\$ 13.222,87	-\$ 30.502,65	-\$ 51.078,57	-\$ 67.137,91
Participación Trabajadores por pagar		-\$ 403,07	-\$ 2.966,99	-\$ 6.844,27	-\$ 11.461,16	-\$ 15.064,60
Impuesto a la Renta por pagar		-\$ 502,50	-\$ 3.698,84	-\$ 8.532,53	-\$ 14.288,25	-\$ 18.780,54
Dividendos por Pagar		-\$ 890,79	-\$ 6.557,04	-\$ 15.125,84	-\$ 25.329,16	-\$ 33.292,77
PASIVOS LARGO PLAZO	-\$ 355.136,64	-\$ 306.424,64	-\$ 258.069,31	-\$ 210.071,33	-\$ 162.430,70	-\$ 115.147,42
Obligaciones Financieras	-\$ 355.136,64	-\$ 306.424,64	-\$ 258.069,31	-\$ 210.071,33	-\$ 162.430,70	-\$ 115.147,42
TOTAL PASIVOS	-\$ 355.136,64	-\$ 308.221,01	-\$ 271.292,18	-\$ 240.573,97	-\$ 213.509,27	-\$ 182.285,32
PATRIMONIO						
Capital Social	-\$ 161.660,00	-\$ 161.660,00	-\$ 161.660,00	-\$ 161.660,00	-\$ 161.660,00	-\$ 161.660,00
Utilidades Retenidas		-\$ 890,79	-\$ 7.447,84	-\$ 22.573,68	-\$ 47.902,84	-\$ 81.195,61
TOTAL PATRIMONIO		-\$ 162.550,79	-\$ 169.107,84	-\$ 184.233,68	-\$ 209.562,84	-\$ 242.855,61
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	-\$516.796,64	-\$469.881,01	-\$432.952,18	-\$402.233,97	-\$375.169,27	-\$343.945,32

Elaborado por: F. Chiriboga

Tabla 80. Indicadores Financieros

INDICADORES	RELACION UTILIZADA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
LIQUIDEZ(Razón Corriente)	Activo Corriente/Pasivo Corriente	39,79	5,07	2,25	1,57	1,30
DEUDA	Pasivo/Activo	66%	63%	60%	57%	53%
RENTABILIDAD						
MARGEN DE CONTRIBUCION	Margen de Contribución/Ingresos	31%	32%	33%	34%	35%
UTILIDAD OPERACIONAL	Utilidad de Operación/Ingresos	14%	16%	18%	19%	21%
UTILIDAD NETA	Utilidad Neta/Ingresos	0%	2%	5%	8%	9%

Elaborado por: F. Chiriboga

Liquidez: mide la capacidad que tiene la empresa para cubrir sus obligaciones a corto plazo. Es decir por cada dólar de pasivo corriente FJ Catering Solutions en el primer año cuenta con \$39,79 de respaldo del activo corriente, y para el quinto año cuenta con \$1,30 de respaldo.

Endeudamiento: nos indica en qué % el patrimonio de la empresa está cubierto por el crédito. Podemos concluir que la participación de la deuda para el primer año es del 66%, disminuyendo para el quinto año en 13 puntos es decir al 53%, lo cual no es riesgoso considerando el respaldo de capital existente.

Rentabilidad: nos muestra el rendimiento que se obtiene de las ventas con respecto a la utilidad. Podemos concluir que el rendimiento en margen de contribución, utilidad operacional y utilidad neta es una constante en los 5 años de proyección de ventas, es decir es un nivel aceptable considerando el nivel de endeudamiento del proyecto.

CAPITULO 4. DISCUSIÓN

4.1. CONCLUSIONES.

Como principal conclusión del proyecto FJ Catering Solutions se ha determinado la factibilidad del mismo mediante factores financiero-económicos y técnicos. El análisis financiero nos indica un VAN positivo de \$157.427,36 y una TIR de 28,35%. Desde el punto de vista de la TIR el proyecto es factible ya que es mayor que la tasa TREMA. Lo cual en la actualidad refleja el resultado del impacto económico en la microempresa y el emprendimiento de los últimos años. Es el momento adecuado para la inversión de capital en una empresa de Catering Industrial y Eventos corporativos dirigida a las empresas del Parque Industrial de Turubamba, ya que existe un crecimiento del 5% del mercado y estabilidad económica en las empresas del sector.

Cabe recalcar que el proyecto está enfocado a un mercado de un nivel socioeconómico medio y medio-alto determinado por la gran infraestructura de las industrias del sector, por lo que en el pronóstico de ingresos y cómo resultado del estudio de mercado realizado, se consideró un gasto promedio entre los \$3 y \$4 dólares por persona por menú, manteniendo la tendencia del promedio se determinó penetrar en el mercado con una oferta similar en precio pero diferente en servicio y calidad, esto para tener una mejor aceptación en el mercado y un plus con los consumidores directos. Esta tendencia se la utilizara como estrategia para incrementar la captación de mercado, ya que el éxito de la empresa es la producción en gran volumen, de esta manera se incrementaría notablemente la utilidad; esto debido a que no se puede incrementar el precio para mejorar la utilidad por la naturaleza del sector.

También debemos considerar que para el cálculo de la materia prima se utilizó los costos del mercado más asequibles sin descuidar la calidad del menú, conforme a las recetas estándar anexadas. Los costos de materia prima están directamente relacionados con el menú que se seleccione. Es importante recalcar que para efectos de estudio del proyecto de tesis se presentó costos de dos opciones de menú, sin embargo en caso de que la empresa llegará a operar es responsabilidad directa del chef principal y del jefe operativo la elaboración de las recetas estándar así como del planificación mensual de menús que se ofertara a las clientes.

El monto de inversión del proyecto es alto representa un 69% del total de la inversión, debido a que se debe considerar el costo del m² del terreno, así como la inversión en construcción y acabados, adquisición de mobiliario y maquinaria necesaria para el funcionamiento de la empresa. Para los presupuestos de inversión fueron consideradas empresas especializadas en la rama que garantizan productos de calidad y con materiales adecuados para los fines de la empresa es por eso el costo elevado de los mismos.

El procedimiento empleado para la deducción de costos y gastos operacionales del proyecto, responde a la necesidad un análisis analítico ya que se ha asociado al costo y al gasto desde un punto de vista operacional y funcional de la empresa; esto permite que el proyecto se desarrolle desde una perspectiva más real en el manejo y control de los costos y gastos. Para el análisis se empleó una temporalidad que nos permitió obtener un cálculo real y acertado a la realidad.

Es importante mencionar el punto de equilibrio para el proyecto que se determinó en el estudio con un total de 202 menús diarios generando una venta de \$707,10 diarios, de esta manera garantizamos cubrir los costos y gastos totales de la inversión.

4.2. RECOMENDACIONES.

En caso de poner en marcha al proyecto se sugiere la implementación de un sistema operativo que permita tener un manejo óptimo de inventarios, costos, stocks mínimos y máximos y porcentajes de rendimiento, es decir una automatización de control de todos los procesos que intervengan en la elaboración del proyecto.

En cuanto a la publicidad, se debe establecer varios canales de comunicación con los clientes, es decir a partir de la implementación del proyecto en el mercado se debe hacer énfasis en darnos a conocer a las empresas del sector, así como también realizar un estudio de mercado de las futuras empresas que se reubicarán en el parque Industrial PIT y poder ofrecer nuestros servicios a las mismas, de esta manera nos anticipamos a la competencia y trazamos un panorama real de la demanda futura durante el horizonte de planeación del proyecto.

Es de suma importancia contar con un personal profesional preparado y capacitado, por esta razón se recomienda la elaboración de un plan de capacitación constante, en especial en el área operativa, como pueden ser normas BPM, HACCP, riesgos en el trabajo, manejo de equipos. Esto se lo puede canalizar con los organismos gubernamentales como Capacitur, Secap, Cfn.

Se debe elaborar una manual con las políticas de personal, políticas administrativas, procedimientos y normas que sean adaptables al recurso humano de la empresa y así poder crear clima laboral favorable para la organización y el colaborador.

Con respecto a la selección de proveedores es primordial considerar las alternativas en el mercado que ofrezcan características de diferenciación y que a su vez aporten a la empresa ventajas competitivas como producto, precio, formas de pago y la disponibilidad de entrega a domicilio de la mercadería.

REFERENCIAS

- Baca, G. (2010). *Evaluación de proyectos*. Mac Granw Hill.
- Baquero, J. (2013). *Aprovisionamiento y montaje para servicios de catering*. CEP, S. L.
- Bernal, C. (31 de Diciembre de 2013). *Metodología de la Investigación*. El Método.
- Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la Investigación para Administración y Economía Tercera Edición*. Bogota, Colombia: PEARSON EDUCACIÓN, Colombia,.
- Cabero Soto, C. (2012). *Organización de reuniones y eventos*. (E. Paraninfo, Ed.) Recuperado el 10 de Noviembre de 2014, de http://books.google.com.ec/books?id=3bAhWijrpvIC&dq=eventos+corporativos&hl=es&source=gbs_navlinks_s
- Eslava, J. d. (2012). *Pricing, Nuevas Estrategias de Precios* (Tercera Edición ed.). Madrid, España: ESIC.
- Gomez, M. (Noviembre de 2009). *Introducción a la Metodología de la Investigación Científica*. Brujas.
- Hernández Sampieri, . (2010). *Metodología de la Investigación*.
- Manson y Lind. (1997). *Estadística para administración y economía*.
- MINTUR. (2015). *Tramites ciudadanos para registro de Empresas Personas juridicas*. Ecuador. Obtenido de <http://www.tramitesciudadanos.gob.ec/tramite.php?cd=5047>
- Nacional, G. (2013). *Ley de Compañías. Registro Oficial Art. 143*. Ecuador.
- Neufert, E. (2013). *Arte de proyectar en Arquitectura* (16ª edición en español ed.). Gustavo Gili.
- Ramirez, M. (2011). *Innovacion en gestion de eventos organizacionales*. Ecoe ediciones.

- Rodríguez, I. A. (2011). *Principios y Estrategias de Marketing*. (E. Media, Ed.) Barcelona, España: UOC.
- Sesmero, C. J. (2010). *Servicio de Catering*. Málaga: Publicaciones Vértice S.L.
- Sesmero, J. (2011). *Aprovisionamiento y montaje para servicios de catering*. IC Editorial.
- SRI. (2015). *Servicio de Rentas Internas*. Obtenido de www.sri.gob.ec
- Trabajo, C. d. (2013). *Código de Trabajo del Ecuador. Código de Trabajo del Ecuador*. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Turismo, M. d. (2012). *Proyecto de ley Organica de Turismo*. Obtenido de Ley N° 97, Registro Oficial 733: <http://www.quito-turismo.gob.ec/descargas/lotaipagosto/BASELEGAL/LEY%20DE%20TURISMO.PDF>
- Villalobos. (s.f.). *Características económicas de las manufacturas localizadas en Quitumbe: estudio con especial referencia al Parque Industrial Turubamba*. Quito, Ecuador.

ANEXOS.

Anexo 1. Formatos de Encuestas Prueba Piloto.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL ESCUELA DE HOTELERÍA

Encuesta dirigida a representantes de las empresas del sector del Parque Industrial de
Turubamba

OBJETIVO: Determinar el grado de aceptación por parte del consumidor de una empresa de catering y servicios de eventos en el sector del Parque Industrial de Turubamba.

INSTRUCCIONES:

Lea con detenimiento cada uno de los ítems que a continuación se presentan. Responda de forma sincera y clara ya que su respuesta nos permitirá obtener resultados eficaces para nuestra investigación.

Nombre de la empresa.....

Cargo desempeña:

1. Cuántos empleados en total tiene su empresa?

1 a 20 <input type="checkbox"/>	21 a 40 <input type="checkbox"/>	41 a 60 <input type="checkbox"/>
61 a 80 <input type="checkbox"/>	81 a 100 <input type="checkbox"/>	más de 100 <input type="checkbox"/>

2. Actualmente en la empresa existe servicio de bar o comedor?

SI NO

Por qué?

3. El servicio de alimentación para el personal de su empresa es:

Preparado por su misma empresa Contratado a terceros

4. La calidad del servicio que le ofrecen la valoraría como:

Excelente Buena Regular Mala

5. Los gastos de alimentación de empleados y trabajadores la asume:

La empresa Empleados/trabajadores Comparten gastos

6. Desearía que exista en el sector, proveedores que brinden el servicio de alimentación a domicilio para su empresa?

Si No

Por qué?.....

7. Si la empresa contratara un servicio de catering como le gustaría que sea el Servicio:

De calidad sin importar el costo Buena atención en el servicio

Variedad en las preparaciones Comodidad en el pago
 De costo razonable Provean de alimentos sanos
 Comida nacional Comida internacional
 Otros.....

8. Los alimentos que consumen sus empleados son:

Desayuno Almuerzo Cena Refrigerios
 Si selecciona refrigerios Cuántos al día.....

9. El menú del almuerzo debería contener:

Sopa	Entrada	Entrada o Sopa
Plato fuerte <input type="checkbox"/>	Plato fuerte <input type="checkbox"/>	Plato Fuerte <input type="checkbox"/>
Jugo de fruta	Jugo de Fruta	Postre
		Selección de bebidas calientes y frías

10. Cuánto estaría dispuesto a gastar en la alimentación de sus empleados y trabajadores por un almuerzo?

Menos de 2,5 usd 2,5 USD 3 USD 5 USD Más de 6 usd

11. ¿Realizan en su empresa eventos de tipo social o corporativo?

SI NO

12. ¿Qué tipo de eventos realizan en su empresa?

Reuniones sociales Convenciones
 Seminarios Talleres

13. ¿Qué servicios le gustaría que le brinde la empresa de catering y eventos?

Planeación, organización, promoción y montaje del evento
 Mobiliario y menaje
 Personal de protocolo
 Grupos musicales
 Equipos, iluminación y eventos

14. ¿La empresa contrataría los servicios de Catering y eventos cuando lo necesitare? (intención de compra)

SI NO

Por Qué?.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
ESCUELA DE HOTELERÍA

Encuesta dirigida a empleados y trabajadores de las empresas del sector del Parque Industrial
 Turubamba

Empresa:

Fecha:

OBJETIVO: Determinar el grado de aceptación por parte del consumidor de una empresa de catering y servicios de eventos en el sector del Parque Industrial de Turubamba.

INSTRUCCIONES:

Lea con detenimiento cada uno de los ítems que a continuación se presentan.

Responda de forma sincera y clara ya que su respuesta nos permitirá obtener resultados eficaces para nuestra investigación.

1. ¿En la empresa donde usted trabaja existe servicio de bar o comedor?
 SI NO

2. ¿Consumen los alimentos que proporciona el bar o comedor de la empresa?
 SI NO
 Si la respuesta es NO dónde los consume

3. ¿Qué dificultad se le presenta a la hora de almorzar?
 Falta de tiempo No existe un lugar adecuado
 Mala preparación de la comida
 Otros Especifique
4. ¿Cuántas veces consume alimentos durante la jornada de trabajo?
 Una dos tres cuatro o más
5. ¿Qué tipo de alimentos consume?
 Desayuno almuerzo comida rápida refrigerios
6. ¿Cuál es el grado de satisfacción que tiene con relación a los alimentos que consume en el comedor/bar?
 Muy satisfactorio Medianamente satisfactorio Poco satisfactorio
 No satisfactorio
 Por qué?
7. ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar en alimentos durante su jornada diaria de trabajo?

Menos de 2,5 USD 2,5 USD 3 USD
 5USD Más de 6 USD

8. ¿Usted cree que consume alimentos sanos como parte de su dieta diaria?

SI NO

Cuáles?

.....

9. ¿A usted le gustaría que su menú diario conste de:

Sopa

Plato fuerte

Jugo de fruta

Entrada

Plato fuerte

Jugo de Fruta

Entrada o Sopa

Plato Fuerte

Postre

Selección de bebidas
calientes y frías

10. ¿Quién asume los gastos de su alimentación?

La empresa Usted Comparte gasto con la empresa

11. Realizan en su empresa eventos de tipo social o corporativo.

SI NO

12. ¿Qué tipo de eventos realizan en su empresa?

Reuniones sociales Convenciones

Seminarios Talleres

13. ¿Contratan servicios de catering para cubrir los eventos de su empresa?

SI NO NO SABE

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 2. Fotos Estudio de Mercado









Anexo 3. Cotizaciones de Equipamiento

	DELL INSPIRON 2020	Proforma 0001-0004-983948
	<p>Código Producto: INSPIRON 2020 Disponibilidad: En Existencia</p>	<p>Precio: \$915.00</p>
	<p>Cantidad: <input type="text" value="1"/></p>	
	<p>Validez de la proforma 15 días laborables, sujeto a cambios por disponibilidad.</p>	
Descripción		
<u>CARACTERISTICAS:</u>		
<p>Procesador: INTEL CORE i3 2.90GHz</p>		
<p>Disco Duro: 1000GB</p>		
<p>Memoria Ram: 4GB</p>		
<p>Puertas: USB, RED, BLUETOOTH, LECTOR DE MEMORIAS</p>		
<p>Drive Óptica: DVD-RW</p>		
<p>Video: 32MB</p>		
<p>Pantalla: 20" LED</p>		
<p>Sistema Operativa: WINDOWS 8</p>		
<p>Wireless: SI</p>		

Proforma ID.Consultants

N° 000000654

*Estimado: Sr. Chiriboga**Garantía extendida en equipos 1 año**ventas@idconsultants.us*

Quito

Av. Brasil N40-38 y Charles Darwin, Edificio Kaufer, Oficina 7 02-

331-9717 - 02-331-8238 - 02-331-8345 - 02-331-8405



U560-C Biometrico de Huella Digital y Terminales de Asistencia

Descripción

U560-C es un tiempo biométrico de huellas digitales y terminales de Asistencia. Fácil de instalar y con un diseño moderno en el caso y el teclado, es la solución perfecta para pequeñas instalaciones. Incorpora el sensor de huella digital ZK.

Se puede conectar a Tiempo y Asistencia de software de gestión de Ethernet o el puerto USB, y también operar en modo autónomo, la descarga de datos por USB pendrive. Opcionalmente, se puede incorporar un lector de proximidad.

Especificaciones	Características
<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de usuarios: 30,000 • Capacidad de huellas dactilares: 2,200 • Capacidad de registro de: 50,000 • Plataforma: ZEM500 • CPU: ZK6001 microproce. 32 bits 400 MHz • Memoria: 8M RAM, 32M flash • Sensor: ZK Sensor óptico • LCD: B & W LCD (4 líneas) • Indicador LED: Rojo / Verde • Temperatura: 0 ° -45 ° C • Humedad: 20% -80% • Dimensiones: 189x136x44mm (L x W x D) • Peso: 1.15kg 	<ul style="list-style-type: none"> • Tiempo y Asistencia dispositivo • Incorpora sensor de alta precisión para el registro de ZK 10 huellas por usuario. • Opcionalmente se puede instalar con lector de proximidad EM, Mifare, HID, etc. • Almacena hasta 30,000 usuarios y 2,200 huellas • Almacena hasta 100.000 registros sin descarga en un PC. • Permite la comunicación con el PC a través de Ethernet y puerto USB • Gestión de eventos (médico, asuntos personales). • Multi-idioma en texto y audio

Valor 279

de Contado

Incluye Iva

Formas de pago a convenir

Total 279

CANT		UND	DETALLE	V/UNIT.	V/TOTAL
					
			PROFORMA 003-655		
			RUC: 1801343045001		
Fecha:		Quito, ENERO 2015			
Cliente					
Contacto:		Cargo:			
Dirección:		Ciudad: QUITO			
Teléfono:		Fax:			
Celular:					
1		Uni	VERTICAL MIXTO PUERTAS HEMETICAS 2 PUERTAS	2100,00	2100,00
			*Acero inoxidable pulido		
			* Interiores en acero inoxidable		
			* Dimensiones: 2,00 m de alto x 75 de fondo x 170 de frente		
			* Motor colocado en la parte inferior de 1/2 hp para gas R 134A		
			* fabricada en una estructura sólida		
			* Ruedas en Nylon		
			* Puerta panorámica		
			* Aislamiento en Poliuretano		
1		Uni	VERTICAL CONGELANTE PUERTAS HEMETICAS 2 PUERTAS	2300,00	
1		Uni	VERTICAL REFRIGERANTE PUERTAS HEMETICAS 2 PUERTAS	2100,00	
1		Uni	LAVADERO DE 2 POZOS 85 ALTO*230 LARGO*65 FONDO CON SALPICADERO TOTALMENTE EN ACERO	980,00	980,00
1		Uni	TRAMPA GRASA 60*30*30	350,00	350,00
3		Uni	MESA DE TRABAJO 85* 230*80 ACERO 304	980,00	2940,00
1		Uni	PICADORA DE PAPAS	980,00	
1		Uni	SEL SERVICE 5 BANDEJAS CON TAPAS	1750,00	1750,00
1		Uni	MESA FRIA PARA ENSALADAS 85 ALTO* 150 LARGO* 80 FONDO	2200,00	2200,00
1		Uni	MESA DE TRABAJO CENTRAL 85 ALTO*150LARGO * 65 FONDO	630,00	630,00
1		Uni	COCINA CENTRAL 4 QUEMADORES CON HORNO	1650,00	1650,00
1		Uni	FOGON 3 QUEMADORES	1500,00	1500,00
1		Uni	ESTANTERIAS EN ACERO DE 170*110*4 ENTREPAÑOS	350,00	350,00
1		Uni	FRIO PARA HILO CON 2 BANDEJAS	600,00	600,00
1		Uni	BALANZA 30 KLS	150,00	150,00
1		Uni	BALANZA 100 KLS	250,00	250,00
1		Uni	PLANCHA HIRRO DULCE	Subtotal	
Validez de la Oferta:			15 DÍAS		
Tiempo de entrega:			10 DÍAS LABORABLES		
Forma de Pago:					
anticipo:			60%		
saldo:			Pago contra entrega 40%		
SI ESTA DE ACUERDO CON ESTA COTIZACION POR FAVOR DEPOSITO O TRANSFERENCIA:					
CTA. CORRIENTE BCO. PICHINCHA 3387443204 SR. ISAÍAS BUENAÑO					
CTA. CORRIENTE PRODUBANCO 02333000206 SR. ISAÍAS BUENAÑO					

		- SOMOS ARTESANOS CALIFICADOS POR LA JUNTA NO COBRAMOS IVA		
		- Incluimos transporte, al lugar especificado dentro de la ciudad.		



2807 613 - 2807 614



Anexo 4. Tabla de Amortización del Financiamiento

TABLA DE AMORTIZACIÓN					
	BENEFICIARIO				
	INSTIT. FINANCIERA				
	MONTO	355.136,64			
	TASA	9,50%	T. EFECTIVA	9,5000%	
	PLAZO	10 años			
	GRACIA	1 año			
	FECHA DE INICIO	01/03/2015			
	MONEDA	DOLARES			
	AMORTIZACIÓN CADA	360 días			
	Número de períodos	10 para amortizar capital			
No.	VENCIMIENTO	SALDO	INTERES	PRINCIPAL	DIVIDENDO
0		355.136,64			
1	24-feb-2016	355.136,64	33.737,98		33.737,98
2	18-feb-2017	319.622,97	33.737,98	35.513,66	69.251,64
3	13-feb-2018	284.109,31	30.364,18	35.513,66	65.877,85
4	08-feb-2019	248.595,65	26.990,38	35.513,66	62.504,05
5	03-feb-2020	213.081,98	23.616,59	35.513,66	59.130,25
6	28-ene-2021	177.568,32	20.242,79	35.513,66	55.756,45
7	23-ene-2022	142.054,66	16.868,99	35.513,66	52.382,65
8	18-ene-2023	106.540,99	13.495,19	35.513,66	49.008,86
9	13-ene-2024	71.027,33	10.121,39	35.513,66	45.635,06
10	07-ene-2025	35.513,66	6.747,60	35.513,66	42.261,26
11	02-ene-2026	-0,00	3.373,80	35.513,66	38.887,46
			219.296,87	355.136,64	574.433,51

Anexo 5. Recetas Estándar FJ Catering Solutions

MENU CASERO

LOCRO DE PAPA				
Tipo de preparación:		<u>Sopa/Entrada</u>		
Rendimiento:	6	Tipo de Receta:	-	Estándar
Unidad:	Litros			
Tamaño de la porción:	250			
Porciones:	24			
Ingrediente	P. compra Kg.	V/Gramo (Gr.)	PESO PORCION (Gr.)	COSTO PORCION
Papas	0,55	0,0006	3.000,00	1,65
Cebolla Blanca	0,65	0,0007	300,00	0,20
Ajo	1,60	0,0016	100,00	0,16
Mantequilla	2,80	0,0028	150,00	0,42
Comino	4,80	0,0048	10,00	0,05
Achiote	3,47	0,0035	30,00	0,10
Sal	0,23	0,0002	10,00	0,00
Pimienta	6,24	0,0062	5,00	0,03
Crema de leche	2,10	0,0021	250,00	0,53
Leche	0,80	0,0008	1.000,00	0,80
Ají	0,40	0,0004	30,00	0,01
Cilantro	0,55	0,0006	50,00	0,03
Aguacate	1,53	0,0015	80,00	0,12
Queso Fresco	3,60	0,0036	200,00	0,72
			SUMA TOTAL	4,82
			5% VARIOS	0,24
			COSTO TOTAL	5,06
			COSTO UNITARIO	0,21

POLLO AL HORNO CON ARROZ AMARILLO Y ENSALADA VERDE				
Tipo de preparación:	<u>Plato Fuerte</u>		Tipo de Receta:	- Estándar
Rendimiento:	4.000			
Unidad:	Gr.			
Tamaño de la porción:	400			
Porciones:	10			
Ingrediente	P. compra Kg.	V/Gramo (Gr.)	PESO PORCION (Gr.)	COSTO PORCION
Pollo	2,59	0,0026	3.000,00	7,77
Ajo	1,60	0,0016	100,00	0,16
Comino	4,80	0,0048	25,00	0,12
Mantequilla	2,80	0,0028	100,00	0,28
Achiote	3,47	0,0035	20,00	0,07
Sal	0,23	0,0002	10,00	0,00
Pimienta Negra Molida	4,32	0,0043	5,00	0,02
Arroz cocinado	0,99	0,0010	700,00	0,69
Lechuga	0,45	0,0005	250,00	0,11
Pimiento verde	0,70	0,0007	200,00	0,14
Tomate	0,95	0,0010	400,00	0,38
Limon Sutil	0,80	0,0008	40,00	0,03
Cilantro	0,55	0,0006	25,00	0,01
SUMA TOTAL				9,79
5% VARIOS				0,49
COSTO TOTAL				10,28
COSTO UNITARIO				1,03

FRUTAS EN ALMIBAR				
Tipo de preparación:	<u>Postre</u>		Tipo de Receta:	- Estándar
Rendimiento:	2.500			
Unidad:	Gr.			
Tamaño de la porción:	100			
Porciones:	25			
Ingrediente	P. compra Kg.	V/Gramo (Gr.)	PESO PORCION (Gr.)	COSTO PORCION
Piña	0,50	0,0005	1.000,00	0,50
Durazno	1,20	0,0012	1.000,00	1,20
Melon	1,00	0,0010	1.000,00	1,00
Azucar	0,91	0,0009	250,00	0,23
Frutilla	1,80	0,0018	500,00	0,90
SUMA TOTAL				3,83
5% VARIOS				0,19
COSTO TOTAL				4,02

COSTO UNITARIO	0,16
-----------------------	------

JUGO MARACUYA				
Tipo de preparación:	<u>Bebidas</u>		Tipo de Receta:	Estándar
Rendimiento:	2.000			
Unidad:	Mililitros			
Tamaño de la porción:	180			
Porciones:	11			
Ingrediente	P. compra Kg.	V/Gramo (Gr.)	PESO PORCION (Gr.)	COSTO PORCION
Maracuya	1,00	0,0010	1.000,00	1,00
Azucar	0,91	0,0009	200,00	0,18
SUMA TOTAL				1,18
5% VARIOS				0,06
COSTO TOTAL				1,24
COSTO UNITARIO				0,11

COSTO DE MENU CASERO				
Tipo de preparación:	<u>Menú</u>		Tipo de Receta:	Estándar
Rendimiento:	1			
Unidad:	Und			
Tamaño de la porción:	930 Gramos			
Porciones:	1			
Ingrediente	Unidad	PESO PORCION (Gr.)	COSTO PORCION	
<u>Entrada:</u> Locro de Papa		250,00	0,21	
<u>Plato Fuerte:</u> Pollo al Horno con arroz amarillo y Ensalada Verde		400,00	1,03	
<u>Postre:</u> Frutas en Almíbar		100,00	0,16	
<u>Bebida:</u> Jugo de Maracuyá		180,00	0,11	
COSTO TOTAL			1,51	
Precio de Venta			3,00	

MENÚ EJECUTIVO

EMPANADA DE POLLO				
Tipo de preparación:	<u>Sopa/Entrada</u>		Tipo de Receta:	- Estándar
Rendimiento:	1560			
Unidad:	Gramos			
Tamaño de la porción:	130			
Porciones:	12			
Ingrediente	P. compra Kg.	V/Gramo (Gr.)	PESO PORCION (Gr.)	COSTO PORCION
<u>Masa</u>				
Harina de Trigo	0,90	0,0009	250,00	0,23
Levadura Fresca	7,09	0,0071	10,00	0,07
Sal	0,23	0,0002	10,00	0,00
Azúcar	0,91	0,0009	5,00	0,00
Mantequilla	2,80	0,0028	15,00	0,04
Huevo	0,12	0,0001	2,00	0,24
<u>Relleno</u>				-
Aceite	1,92	0,0019	30,00	0,06
Cebolla	0,60	0,0006	60,00	0,04
Pimiento Rojo	0,75	0,0008	60,00	0,05
Pollo	2,59	0,0026	600,00	1,55
Sal	0,23	0,0002	20,00	0,00
Huevos duros	0,12	0,0001	4,00	0,48
Orégano	0,50	0,0005	5,00	0,00
SUMA TOTAL				2,76
5% VARIOS				0,14
COSTO TOTAL				2,90
COSTO UNITARIO				0,24

CERDO EN SALSA B.B.Q CON ARROZ VERDE Y ENSALADA CESAR				
Tipo de preparación:	<u>Plato Fuerte</u>		Tipo de Receta:	- Estándar
Rendimiento:	1.900			
Unidad:	Gramos			
Tamaño de la porción:	350			
Porciones:	5			
Ingrediente	P. compra Kg.	V/Gramo (Gr.)	PESO PORCION (Gr.)	COSTO PORCION
Costillas de cerdo	4,76	0,0048	1.000,00	4,76
Salsa BBQ	1,96	0,0020	250,00	0,49
Ajo	1,60	0,0016	20,00	0,03
Comino	4,80	0,0048	10,00	0,05
Mantequilla	2,80	0,0028	15,00	0,04
Sal	0,23	0,0002	10,00	0,00
Arroz Cocinado	0,99	0,0010	700,00	0,69
Espinaca	0,50	0,0005	100,00	0,05

Lechuga Romana	1,29	0,0013	400,00	0,52
Croutons	1,58	0,0016	100,00	0,16
Pasas	3,02	0,0030	60,00	0,18
Aderezo Ensalada	6,85	0,0069	80,00	0,55
Cebolla Perla	0,80	0,0008	80,00	0,06
Limón	0,80	0,0008	4,00	0,00
Esencia de Humo	8,20	0,0082	25,00	0,21
SUMA TOTAL				7,79
5% VARIOS				0,39
COSTO TOTAL				8,18
COSTO UNITARIO				1,51

FRUTILLAS CON CREMA				
Tipo de preparación:	Postre		Tipo de Receta:	Estándar
Rendimiento:	1.500			
Unidad:	Gramos			
Tamaño de la porción:	100			
Porciones:	15			
Ingrediente	P. compra Kg.	V/Gramo (Gr.)	PESO PORCION (Gr.)	COSTO PORCION
Frutillas	1,80	0,0018	1.000,00	1,80
Azúcar	0,91	0,0009	250,00	0,23
Crema de Leche	2,10	0,0021	400,00	0,84
Esencia de vainilla	5,52	0,0055	5,00	0,03
SUMA TOTAL				2,90
5% VARIOS				0,14
COSTO TOTAL				3,04
COSTO UNITARIO				0,20

JUGO PAPAYA				
Tipo de preparación:	Bebidas		Tipo de Receta:	Estándar
Rendimiento:	2.000			
Unidad:	Mililitros			
Tamaño de la porción:	180			
Porciones:	11			
Ingrediente	P. compra Kg.	V/Gramo (Gr.)	PESO PORCION (Gr.)	COSTO PORCION
Papaya	0,60	0,0006	1.000,00	0,60
Azúcar	0,91	0,0009	200,00	0,18
SUMA TOTAL				0,78
5% VARIOS				0,04
COSTO TOTAL				0,82
COSTO UNITARIO				0,07

CAFÉ AMERICANO				
Tipo de preparación:		<u>Bebidas</u>		
Rendimiento:	1.500	Tipo de Receta:		- Estándar
Unidad:	Mililitros			
Tamaño de la porción:	100			
Porciones:	15			
Ingrediente	P. compra Kg.	V/Gramo (Gr.)	PESO PORCION (Gr.)	COSTO PORCION
Café	6,99	0,0070	180,00	1,26
Azucar	0,91	0,0009	100,00	0,09
			SUMA TOTAL	1,35
			5% VARIOS	0,07
			COSTO TOTAL	1,42
			COSTO UNITARIO	0,09

COSTO DE MENÚ EJECUTIVO			
Tipo de preparación:		<u>Menú</u>	
Rendimiento:	1	Tipo de Receta: - Estándar	
Unidad:	Und		
Tamaño de la porción:	860,00 Gramos		
Porciones:	1		
Ingrediente	Unidad	PESO PORCION (Gr.)	COSTO PORCION
<u>Entrada:</u>			
Empana de Pollo		130,00	0,24
<u>Plato Fuerte:</u>			
Cerdo en Salsa BBQ con Arroz verde		350,00	1,51
Ensalada Cesar			
<u>Postre:</u>			
Frutillas con crema		100,00	0,20
<u>Bebida:</u>			
Jugo de Papaya		180,00	0,07
<u>Bebida:</u>			
Café Americano		100,00	0,09
		COSTO TOTAL	2,12
		Precio de Venta	4,00

Anexo 6. SUGERENCIAS DE MENÚ PARA PERSONAL MENÚ 1 Y MENÚ 2

CATERING INDUSTRIAL MENU EJECUTIVO MENU SEMANA DE _____

	LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES
S O P A S	LOCRO QUITIÑO	CALDO DE PATAS	QUINUA CON CERDO	SOPA DE ALBONDIGAS	SANCOCHO DE PESCADO
PLATOS FUERTES	LOMO AL JUGO POLLO AL ROMERO	PERNIL CRIOLLA ESPAGUETI BOLOÑESA	LOMO A LA PIMIENTA CHOP SUEY	POLLO A LA JARDINERA TRUCHA FRITA	AMBATEÑO HIGADO / ENCEBOLLADO
GUARNICIONES	PAPA AL HORNO ARROZ AL CURRY	MADURO AL VAPOR ARROZ BLANCO	ARROZ BLANCO BROCOLI CON CHOCLO	ARROZ VERDE YUCA AL PEREJIL	ARROZ A LA MOSTAZA MADURO COCIDO
ENSALADA	LECHUGA CRESPA, TOMATE / BASTON DE PEPINILLO	COL ZANAHORIA / OCTABOS DE TOMATE MIX DE LECHUGA / FREJOL	TOMATE I PERJIL APIO ,PIÑA MANZANA	ZUQUINI / CHOCLO LECHUGA / TOMATE AL PEREJIL	ENCEBOLLADO REMOLACHA / LECHUGA CRIOLLA
POSTRE	VOLTEADO DE PIÑA SANDIA	OREJAS PAPAYA	FRUTILLAS CON CREMA MELON	EMBORRAJADOS FRUTILLA	CREMOSO DE LIMON MANZANA
B E B I D A	COCO	MARANJILLA	TAXO	MARACUYA	TAMARINDO

SUGERENCIAS DE MENUS DE PERSONAL MENU ALMUERCE COMO EN CASA

HORARIO DEL _____ AL _____						
LUNES 10	MARTES 11	MIERCOLES 12	JUEVES 13	VIERNES 14	SABADO 15	DOMINGO 16
consomé de pollo	consomé de pollo legumbres	Locro de Espinaca	Sancocho de pollo	ceviche de pescado	crema de legumbres / canguil	sopa de fideo frito
Lomo salteado	Pescado rebozado	Pollo al Homo	Albóndigas de res	lomo apanado	Seco de chivo	Arroz relleno
Tortilla de papa			Espagueti	puré de zanahoria blanca	papas al vapor	plátano frito
	Arroz blanco	Arroz blanco			Arroz amarillo	
Ensalada de remolacha	Ensalada de lechuga y tomate	Ensalada de col slow	tomate y palmito	Ensalada de lechuga , pepin	Aguacate - lechuga - tomate	Ensalada de tomate
mandarina	papaya	sandia	piña	torta de naranja	plátano seda	papaya
jugo de piña	tomate de árbol	jugo de tamarindo	jugo de mora	gaseosa	quaker	maracuyá
LUNES 17	MARTES 18	MIERCOLES 19	JUEVES 20	VIERNES 21	SABADO 22	DOMINGO 23
ají de carne	locro de papas	Consomé de pollo	sopa de lenteja	caldo de costilla	aguado de pollo	crema de tomate
Pollo al jugo	chuleta de cerdo bbq	Encocado de pescado	lomo a la plancha	Enrollado de pollo	guatita criolla	lomo salteado con cebolla
Arroz	arroz verde	arroz blanco	arroz blanca	arroz con canela	arroz	arroz
			ensalada remolacha	Legumbres gratinadas	lechuga , tomat , aguacat	menestra frejol negro
Ensalada mixta (zan , pen ,lec)	ensalada cesar	lechuga - zanahoria	pepinillo			ensalada mixta
sandia	mandarina	melon	gelatina	flan de caramelo	sandia	piña
jugo de naranja	mora	limonada	naranja	jugo de naranja	tomate de guayaba	jugo de mango
LUNES 24	MARTES 25	MIERCOLES 26	JUEVES 27	VIERNES 28	SABADO 29	DOMINGO 30
sopa de oregano con choclo	sopa de bolas de verde	Locro de mellocos	locro de zapallo	consome de costilla	locro de cuero	consome de pollo n
pollo al horno	cerdo en salsa BBQ	Muslos de pollo en salsa blanca	pescado a la plancha plancha	seco de chivo	Arroz relleno	pastel de carne
	arroz primavera	Arroz blanco	Arroz blanco	arroz amarillo		arroz blanco
Arroz blanco					plátano frito	
col slow	palmito y zanahoria	Chocrute de col morada	ensalada rusa	lechuga , tomate , aguacate	ensalada de pimientos	legumbre caliente
papaya	mandarina	puding de pan	melon	helado de frutas con galleta	manzana	plátano seda
jugo de maracuya	jugo de mora	jugo de naranjilla	piña	gaseosa	limonada	jugo de tomate arbol
LUNES 01	MARTES 02	MIERCOLES 03	JUEVES 04	VIERNES 05	SABADO 06	DOMINGO 07
sopa de morocho	limbushca	menestrone	arroz de cebada	sopa e chifles	sopa de avena	locro de habas
pollo al ajillo	hamburguesa de res agridulce	pescado frito	lomo apanado	seco de pollo	Salon en salsa de champino	filete de res a la plancha
			pure de zanahoria blanca	arroz blanco		
Arroz	papa fritas	Arroz Blanco			Arroz blanco	mote pillo
Ensalada pepinillo	ensalada de palmito y zanahoria	lechuga y tomate	vainita , tomate	lechuga aguacate	Legumbre caliente	papa amarilla cocinada
piña	papaya	mandarina	sandia	puding de pan	piña	plátano seda
jugo maracuya	Jugo Mora	Jugo Naranja	jugo de piña	quaker	jugo de naranja	jugo de tomate de arbol
LUNES 08	MARTES 09	MIERCOLES 10	JUEVES 11	VIERNES 12	SABADO 13	DOMINGO 14
Locro de Acelga	sopa de quinua	Consome de costilla de res	Sopa de arroz con alverjas	sopa de bolas de verde	Sopa de sambio con choclo	caido de pollo
pollo estofado	Costilla de res estofada	pescado plancha (salsa coco o	lasaña de res	cerdo en salsa BBQ	lomo al jugo	Guatita
	maduro cocinado	Arroz Blanco		Papas al horno (salsa queso)		arroz blanco
Arroz blanco	Arroz blanco				Vegetales salteados	
Ensalada de pepinillo	Legumbre caliente	Ensalada fresca	lechuga y pepinillos	col slow	Arroz Blanco	tomate y pepinillo
piña	piña	Gelatina	Mandarina	flan de manjar	papaya	plátano seda
papaya	jugo de naranja	Limonada	Jugo de mora	Jugo Tomate Arbol	Jugo de naranja	jugo de mora

Elaborado por: F. Chiriboga

Anexo 7. Formatos para Constitución de Empresa**ANEXOS REQUISITOS LEGALES PARA CONSTITUIR LA EMPRESA**

Anexo 8. Funciones del personal de acuerdo la naturaleza del puesto.

Funciones del Gerente General

GERENTE GENERAL	
Perfil	Ing. en Gestión Hotelera
Experiencia	3 años
Objetivo del puesto	Asegurar el óptimo funcionamiento de la empresa de Catering, por medio de la supervisión de todas las actividades administrativas y operativas propias del proyecto, verificando que se cumplan a cabalidad las normas y procedimientos implementados.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ✓ El Gerente General de FJ Catering Solutions actuara como representante legal de la empresa, fijara las políticas operativas, administrativas y de calidad en base a los estándares permitidos. ✓ Liderar el desarrollo de planeación estratégica de la empresa, determinar los factores críticos del éxito, establecer los objetivos y metas específicas de la empresa. ✓ Desarrollar estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas propuestas. ✓ A través de los mandos medios garantizar el cumplimiento de los objetivos, metas y estrategias desarrollando planes de acción a corto, mediano y largo plazo. ✓ Implementar una estructura administrativa que comprenda los elementos indispensables para el desarrollo de los planes de acción. ✓ Definir necesidades de personal equilibradas con los objetivos y planificación de la empresa. ✓ Seleccionar personal competente y desarrollar programas de capacitación para fortalecer y potenciar sus capacidades. ✓ Desarrollar un ambiente de trabajo motivador para el personal a su cargo. ✓ Medir periódicamente la ejecución de las operaciones y comparar resultados reales mediante informes y presupuestos (autocontrol y Control de Gestión). ✓ Desarrollar el Budget anual de la empresa.

Elaborado por: F. Chiriboga

Funciones del Jefe Operativo

<i>JEFE OPERATIVO</i>	
Perfil	Ing. en Gestión Hotelera
Experiencia	2 años
Objetivo del puesto	Dirigir el departamento operativo, planear y ejecutar cualquier cambio, modificación o mejora de los productos. Tiene total autoridad en el manejo del personal a su cargo y está autorizado para la contratación de personal temporal para proyectos específicos, contratación de personal definitivo junto con la gerencia general.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Es el responsable de establecer el contacto cuando se realiza una venta, con el objetivo de determinar las necesidades y requerimientos del cliente. ✓ Es el responsable de elaborar el requerimiento necesario a utilizar en un determinado proyecto así como también el presupuesto del mismo. ✓ Realizar la presentación del proyecto junto con la cotización, además se encarga de la negociación con el cliente. ✓ Elaborar en conjunto con el chef principal las propuestas de menús para ofertar a los clientes. ✓ Supervisar el trabajo de sus subordinados, hacer cumplir normas de higiene, seguridad y calidad en las elaboraciones. ✓ Planificar la logística necesaria para el desarrollo de la empresa. ✓ Coordinar tiempos de entregas, rutas y logística con los encargados del transporte de los alimentos. ✓ Supervisar el correcto uso de los equipos, así como la verificación del estado de los mismos. ✓ Realizar y controlar inventarios en los centros de consumos, sean estos semanales, mensuales y por muestreo. ✓ Controlar quincenal y mensualmente los inventarios de cocina de producción. ✓ Controlar los kardex de carnes, mariscos y embutidos. ✓ Controlar el costo de productos que han tenido variación dentro de un período establecido. ✓ Controlar las requisiciones para el despacho en bodega según stocks. ✓ Revisión de facturas de proveedores con su respectivo control. ✓ Valoración y control de elaboración de recetas. ✓ Realizar y controlar los inventarios semestrales de activos de operación y lencería.

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Elaborar procedimientos. ✓ Elaborar reportes de acuerdo a requerimientos. ✓ Definir un plan estratégico de Marketing, acorde con los objetivos empresariales. ✓ Establecer un modelo de evaluación que permita conocer el avance y los resultados de las ventas. ✓ Realizar un análisis del sector que incluya Clientes, Proveedores, Competencia, Servicios Sustitutos. ✓ Realizar planes estratégicos de mercadeo. ✓ Analizar y determinar la Rentabilidad de los diferentes Servicios que prestará la Empresa. ✓ Analizar el Comportamiento de la Demanda. ✓ Formular e implementar políticas de promoción y labor Publicitaria de los servicios que brindará la Empresa.
--	--

Elaborado por: F. Chiriboga

Funciones Chef Principal

<i>CHEF PRINCIPAL</i>	
Perfil	Chef de cocina
Experiencia	5 años
Objetivo del puesto	Planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades relacionadas con la producción de comidas para eventos, ofrece instrucción culinaria para el personal de cocina y servicio.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Administración del departamento ✓ Programación de capacitaciones y cursos de cocina ✓ Presentación de nuevas ofertas ✓ Control del costo ✓ Solicitud de insumos ✓ Supervisión de compras de productos para elaboración de recetas ✓ Capacidad para ofertar algún alimento especial a un cliente. ✓ Revisar instructivos ✓ Planificación de eventos ✓ Revisión de Etiquetas ✓ Control de libros (temperatura exposición , cámaras . micemplace , control de carnes) ✓ Control de Recepción de alimentos ✓ Control de bodega general stock ✓ Control de carnicería ✓ Control de Comedor de personal ✓ Control de Steward ✓ Control de Pastelería ✓ Capacitación a todo el personal sobre los procesos ✓ Asegurar que todos los equipos de cocina funcionan correctamente ✓ Estandarización de platos y servicio de calidad

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Estimación de consumo de alimentos ✓ Planificación de Horarios
--	---

Elaborado por: F. Chiriboga

Funciones del Gerente Administrativo Contable

<i>GERENTE ADMINISTRATIVO CONTABLE</i>	
Perfil	Ing. En Contabilidad y Auditoria
Experiencia	5 años
Objetivo del puesto	Planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades relacionadas con la parte financiera de la empresa.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Procesar, codificar y contabilizar los comprobantes por concepto de activos, pasivos, ingresos y egresos, ✓ Verificar que las facturas recibidas contengan correctamente los datos fiscales de la empresa y que cumplan con las formalidades requeridas por SRI. ✓ Registrar las facturas recibidas de proveedores en el sistema contable para mantener actualizadas las cuentas por pagar. ✓ Llevar un registro mensual de los libros generales de Compras y Ventas, mediante el registro de facturas emitidas y recibidas para efectuar la declaración de IVA. ✓ Cumplir y hacer cumplir todas las recomendaciones de tipo contable, administrativo y fiscal. ✓ Registrar todos los movimientos contables en el Sistema o software utilizado por la empresa para dicha actividad. ✓ Emisión de pagos para el recurso humano de la empresa, proveedores y servicios. ✓ Llevar libros contables (Diario, mayores e inventarios). ✓ Elaboración de la relación de las Cuentas por Cobrar y por Pagar. ✓ Recepción de sobres de remisión de los cobradores. ✓ Realización de depósitos. ✓ Emisión de cheques para pagos de proveedores y servicios. ✓ Revisión y dotación de moneda fraccionaria a caja ✓ Manejo de caja chica. ✓ Realizar el informe de ventas. ✓ Elaborar el diario de ventas (contable). ✓ Realizar el diario de ingresos. ✓ Llevar un control de las facturas utilizadas. ✓ Elaborar reporte para pago del IVA. ✓ Planificar, organizar, dirigir y controlar los programas, evaluación del desempeño, acciones de personal, capacitación y desarrollo; planillas, bienestar social y relaciones Laborales en base a las leyes y reglamentos vigentes.

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Atender las consultas y reclamos presentados por los colaboradores de la Empresa, en temas relacionados con la interpretación y aplicación de reglamentos, normas y procedimientos en materia de recursos humanos; a fin de proponer soluciones adecuadas. ✓ Velar por el cumplimiento de la normativa legal vigente y realizar actividades de seguimiento para el control y aplicación de las mismas. ✓ Planificar, coordinar y supervisar las actividades de la unidad a su cargo. ✓ Coordinar con la Gerencia General los movimientos y ascenso del personal. ✓ Realizar el proceso de reclutamiento y selección de personal. ✓ Recibir y tramitar las solicitudes de sanciones disciplinarias. ✓ Coordinar trámites de renunciaciones, despidos y desahucios del personal. ✓ Supervisar mensualmente el proceso de nómina. ✓ Enviar los formatos de evaluación del personal próximo a cumplir los 90 días de prueba o el año de contrato. ✓ Planificar y controlar las actividades de la Unidad de Seguridad y Salud Ocupacional. ✓ Coordinar el transporte del personal. ✓ Realiza reportes mensuales de los gastos del Departamento de Recursos Humanos. ✓ Elaborar el presupuesto de gastos anual de Recursos Humanos. ✓ Conformar el grupo de auditores BPM. ✓ Organizar los eventos sociales para el personal. ✓ Atender y brindar solución a los requerimientos del personal. ✓ Dar de baja facturas caducadas.
--	---

Elaborado por: F. Chiriboga

Funciones del Jefe de Mantenimiento.

<i>JEFE DE MANTENIMIENTO</i>	
Perfil	Ing. Eléctrico o carrera afín.
Experiencia	3 años
Objetivo del puesto	Garantizar el correcto funcionamiento de las instalaciones y maquinarias a través de su permanente monitoreo, reparación y/o reemplazo.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Controlar el correcto funcionamiento de las maquinarias, coordinar las reparaciones con los proveedores de servicios externos. ✓ Coordinar las reparaciones y operaciones de mantenimiento de la estructura del edificio. ✓ Administrar y responsabilizarse del stock, las compras, su conservación y limpieza.

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Confeccionar el Plan Anual de mantenimiento, elevándolo a la aprobación de la Dirección General. ✓ Analizar y justificar los desvíos con el plan anual de mantenimiento presupuestado e informarlos a la Dirección General. ✓ Coordinar los cursos de capacitación de seguridad industrial, y sistemas de gestión para su personal, junto con el departamento de Recursos Humanos, según la política definida (p.ej.. Simulacro de Evacuación) ✓ Establecer las prioridades sobre las reparaciones solicitadas por los diversos departamentos de la empresa. ✓ Mantener y controlar los elementos de seguridad de la estructura del edificio y de los mecanismos de prevención (p.ej. extinguidores). ✓ Asesorar al Departamento de Compras, en la adquisición de productos e insumos relacionados con su área. ✓ Evaluar la performance de los servicios prestados por proveedores externos. ✓ Resolver las urgencias de electricidad, plomería, calefacción, agua y otras consideradas como tal.
--	---

Elaborado por: F. Chiriboga

Jefe de Seguridad

<i>JEFE DE SEGURIDAD</i>	
Perfil	Experiencia en seguridad
Experiencia	4 años
Objetivo del puesto	Proporcionar un manejo adecuado de la seguridad de los colaboradores y de las instalaciones.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Verificar novedades. ✓ Revisión de bitácoras. ✓ Supervisar puestos de seguridad y asistencias de cada uno de los mismos. ✓ Revisar informes. ✓ Revisar instructivos de eventos y servicios para coordinación de seguridad. ✓ Supervisión de los puestos control, parqueadero y seguridad, verificando el cumplimiento de procedimientos. ✓ Corrección de procedimientos y creación de los mismos en caso de su requerimiento. ✓ Creación de planes preventivos y de contingencia de acuerdo al requerimiento. ✓ Coordinación con la empresa privada Majore el monitoreo de las instalaciones. ✓ Supervisar seguridad de los eventos.

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Realizar y coordinar Horarios de personal de Control ✓ Supervisión de la Empresa realizar rondas por las instalaciones. ✓ Seguimientos coordinados con cctv. ✓ Revisión de videos en caso de existir el requerimiento.
--	---

Elaborado por: F. Chiriboga

Funciones del Cocinero

<i>COCINERO</i>	
Perfil	Gastrónomo o Estudiantes de Gastronomía
Experiencia	1 año
Objetivo del puesto	Cumplir con las reglas establecidos ya que son los encargados de trabajar en áreas que generan mayor responsabilidad tanto en la elaboración y montaje del producto.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Planificación de actividades durante el día y revisar la planificación y notas en el libro de novedades del área (cocina.) ✓ Revisión de instructivos. ✓ Comenzar las elaboraciones de mise en place para las actividades, programadas por el chef, cumpliendo con su debida limpieza y desinfección de los utensilios de trabajo. ✓ Almacenamiento de productos elaborados con su respectiva etiqueta con fecha de elaboración y caducidad. ✓ Realizar otras diferentes tareas asignadas por el jefe inmediato que estén encaminadas a cumplir con toda la programación durante el día. ✓ Limpieza de la estación o mesa de trabajo antes y durante el proceso. ✓ Entrega el turno debidamente limpio. ✓ Planificación y organización para el siguiente turno y día.

Elaborado por: F. Chiriboga

Funciones de Pastelero

<i>PASTELERO PANADERO</i>	
Perfil	Gastrónomo o Estudiantes de Gastronomía
Experiencia	2 años
Objetivo del puesto	Cumplir con las reglas establecidos ya que son los encargados de trabajar en áreas que generan mayor responsabilidad tanto en la elaboración y montaje del producto.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Planificar, organizar las actividades durante el día y revisar la planificación y notas en el libro de novedades del área (panadería).

	<p>ejecución de pedidos, eventos. Elaborar los alimentos aplicando las mejores prácticas que aseguren la calidad y frescura del producto.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Revisión de instructivos, consultar el porcentaje de ocupación, grupos etc. ✓ Comenzar las elaboraciones y mise en place para las actividades, programadas según eventos, degustaciones y menús, cumpliendo con su debida limpieza y desinfección de los utensilios de trabajo. ✓ Almacenamiento de productos elaborados con su respectiva etiqueta con fecha de elaboración y caducidad. ✓ Limpieza de la estación o mesa de trabajo antes y durante el proceso. ✓ Entrega el turno debidamente limpio. ✓ Planificación y organización para el siguiente turno y día. ✓ Es la persona encargada de chequear el desempeño de elaboración de cada producto.
--	--

Elaborado por: F. Chiriboga

Funciones del Posillero

POSILLERO	
Perfil	Bachiller
Experiencia	1 año
Objetivo del puesto	Cumplir con las reglas establecidos ya que son los encargados del manejo y limpieza del menaje.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Planificación de actividades durante el día (revisión de instructivos). ✓ Empieza la revisión del turno anterior por sus compañeros y corrección específica de productos y maquinaria. ✓ Almacenamiento de productos como la fruta empacada y en buen estado con su respectiva etiqueta con fecha de elaboración y caducidad. ✓ Realizar otras diferentes tareas asignadas por el jefe inmediato que estén encaminadas a cumplir con toda la programación durante el día. ✓ Limpieza del área de cocina como barrer y trapear por lo menos dos veces por turno ✓ Limpieza de las vajillas en los desayunos, almuerzos y cenas. ✓ Limpieza de los utensilios y maquinaria se sean necesario en cada turno ✓ Limpieza de las estructuras de área (paredes y lugares profundos) ✓ Elaboración de los productos en cada turno.

Elaborado por: F. Chiriboga

Funciones de Personal de Servicio

PERSONAL DE SERVICIO	
Perfil	Bachiller
Experiencia	1 año
Objetivo del puesto	Cumplir con las reglas establecidos ya que son los encargados de la atención de los clientes.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Conocer y practicar procedimientos que atiendan a los estándares exigidos de higiene y seguridad alimentaria (BPM), con el propósito de asegurar la salud y el bienestar del cliente. ✓ Comunicarse de forma clara y objetiva, facilitando la atención al cliente y la actuación con el equipo de meseros. ✓ Lograr la satisfacción del cliente durante su permanencia. ✓ Acatar todas las indicaciones del gerente operativo.

Elaborado por: F. Chiriboga

Funciones del Asistente de Compras.

ASISTENTE DE COMPRAS	
Perfil	Adm. De Empresas, Contabilidad o afines.
Experiencia	2 años
Objetivo del puesto	Brindar apoyo a la jefatura de Costos de la empresa, suministrar de productos adecuados y de calidad.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Recibir solicitudes de compras. ✓ Realizar llamadas a los proveedores. ✓ Cotizar precios o alternativas para cada producto. ✓ Recibir a proveedores. ✓ Buscar nuevas cotizaciones y comprar los productos requeridos. ✓ Realizar compras diariamente. ✓ Revisar que el producto adquirido cumpla con lo requerido. ✓ Elaborar diariamente solicitudes de compra. ✓ Controlar stocks mínimos y máximos de productos. ✓ Verificar con el departamento de compras la llegada de productos pedidos en la solicitud de compras. ✓ Almacenar y despachar productos. ✓ Verificar el orden y limpieza de todas las bodegas. ✓ Procesar diariamente las requisiciones despachadas. ✓ Entregar diariamente requisiciones procesadas con su respectivo reporte al departamento de costos. ✓ Revisar y firmar facturas de productos comprados. ✓ Realizar mensualmente inventarios con el departamento de costos.

Elaborado por: F. Chiriboga

Funciones Personal de Seguridad

PERSONAL DE SEGURIDAD	
Perfil	Bachiller.
Experiencia	2 años
Objetivo del puesto	Brindar apoyo a la jefatura de Seguridad de la empresa, para garantizar un adecuado control interno del personal y de la seguridad de la empresa.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Se recibe prendas y consignas. ✓ Se revisa las puertas de emergencia del tablero de control. ✓ Revisar que se encuentren las llaves registradas o en su debido lugar. ✓ Se realiza el cacheo a personal que ingresa y sale de turno. adicional se recibe los celulares del personal. ✓ Controlar ingreso de personal digitación de códigos y tarjeta de personal eventual ✓ Control de Kilometraje de Vehículos. ✓ Controlar los artículos cuando hay servicios a domicilio. ✓ Se registra a los proveedores y demás personas externas que ingresen a las instalaciones. ✓ Se recibe la correspondencia. ✓ Registro de llaves administrativas, cajas fuertes, llaves de pisos ama de llaves. ✓ Manejo de Motorola. ✓ Control y registro de reciclaje. ✓ Se receptan las llamadas internas y externas.

Elaborado por: F. Chiriboga



FORMULARIO 1X1.000



FORMULARIO PARA APLICACIÓN DE LA CONTRIBUCIÓN DEL UNO POR MIL DE LOS ACTIVOS FIJOS
BASE LEGAL: Art. 40 Literal " a" Ley de Turismo. Registro oficial 733-Suplemento de 27 de diciembre de 2002
Art. 78 del Reglamento de aplicación a la Ley de Turismo, Registro Oficial de 5 de enero del 2004

IDENTIFICACIÓN DEL CONTRIBUYENTE		100 IDENTIFICACIÓN DE LA DECLARACIÓN			
		AÑO		SERIE	
201	RUC:	202	RAZON SOCIAL O DENOMINACION:		
		DIRECCION:			
ESTADO DE SITUACIÓN					
340 ACTIVO FIJO					
ACTIVO FIJO TANGIBLE			ACTIVO FIJO INTANGIBLE		
TERRENOS	341		MARCAS, PATENTES, DERECHOS DE LLAVE Y OTROS SIMILARES	361	
EDIFICIOS E INSTALACIONES	343		(-) AMORTIZACIONES ACUMULADAS	363	
MAQUINARIA, MUEBLES, ENSERES Y EQUIPOS	345		TOTAL ACTIVO FIJO INTANGIBLE	365	
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	347		TOTAL ACTIVO FIJO	369	
VEHÍCULOS	349		CONTRIBUCIÓN CAUSADA 1 X MIL		
OTROS ACTIVOS FIJOS TANGIBLES	351		RECARGOS POR MORA		
(-) DEPRECIACION ACUMULADA ACTIVOS FIJO	353		MULTAS		
(-) DEPRECIACION ACUMULADA ACELERADA ACTIVOS FIJO	355		TOTAL A PAGAR		
TOTAL ACTIVO FIJO TANGIBLE	359		ESPACIO PARA SELLOS		
Declaro bajo juramento que los datos consignados en el presente formulario reflejan la realidad y autorizo al Ministerio de Turismo a verificar el contenido de esta declaración en cualquier momento, al tiempo que me sujeto, a las sanciones previstas en la ley en caso de falsedad o perjurio.					
Nombre del Declarante:					
Ci:					
Firma:					

ANEXO 8b

REQUISITOS PERSONAS JURIDICAS			
No.	DESCRIPCIÓN	RECIBIDO	
1.	Solicitud de financiamiento		
2.	Copia del RUC o RISE		
3.	Copias legibles a color de cédula ciudadanía o pasaporte a color de representante legal, de los accionistas que posean más del 20% de acciones, y carta de autorización para revisión por parte de CFN. Carnet del Conadis, de ser el caso.		
4.	Certificado de Superintendencia de Compañías sobre la conformación de accionistas. En caso de accionistas extranjeros: Certificado de autoridad competente de: existencia, detalle de accionista y porcentajes de participación; Certificado de Buró de crédito de país de origen; declaración juramentada de licitud y procedencia de fondos. (Documentos en español y protocolizados)		
5.	Copia de nombramientos vigentes del o los representantes legales inscrito en el Registro Mercantil. Poderes especiales, de ser el caso.		
6.	Referencias del deudor principal, (3 comerciales, bancarias) originales y actualizadas, con números de contacto para verificación.		
7.	Información financiera ¹ (No aplica para proyectos nuevos): a. Declaración Impuesto a la Renta de los 3 últimos años; o pagos del RISE. b. Estados financieros (balances y P&G) de los tres últimos ejercicios fiscales de la actividad y balance con corte a la fecha, los mismos que sirvieron de base para la presentación de las declaraciones de impuestos c. Declaraciones IVA tres últimos meses (semestral) 12 últimas declaraciones (mensual). d. Estados de cuenta de las tarjetas de crédito del deudor de al menos los últimos 3 meses. e. Flujo de caja de un año calendario y proyectado. (Anexo 11 de este manual)		
8.	Hoja de vida detallando la experiencia en la actividad, del deudor, garante, codeudor y administradores del negocio para evidenciar la experiencia sobre el manejo del negocio y operador forestal para proyectos forestales.		
9.	Fotocopia del último pago agua, luz o teléfono del domicilio del deudor u otro documento que certifique la dirección del solicitante		
10.	Fotocopia de documentos que acrediten que el solicitante posee bienes (Ej. matrícula de vehículo, matrícula de la nave, carta de pago del impuesto predial), de ser el caso.		
11.	Detalle y propuesta de garantías (carta explicativa de garantías) y copias simples de escritura o título de propiedad del bien a hipotecar o preñar, de ser el caso.		
REQUISITOS POR TIPO DE PROYECTO O PROGRAMA			
	PROYECTO /PROGRAMA	DESCRIPCIÓN	RECIBIDO
1.	Proyectos nuevos	Perfil de proyecto o proyecto	
2.	Proyectos nuevos y de ampliación	Categorización ambiental emitida por el MAE	
3.	Para obras de construcción e infraestructura	Cronograma valorado de ejecución de obra RPPO – 04 del Proceso de Producto Combinado, donde se establezcan aportes del cliente y aportes CFN y planos arquitectónico Planos de construcción aprobados, de ser el caso	
4.	Para actividades relacionadas con la explotación de minas y canteras	Concesión actualizada otorgada por el Ministerio de Recursos Naturales No Renovables y/o Organismo competente, para operar en dicho sector	
5.	Programa forestal	a. Ficha técnica para proyectos forestales RPPO- 03 del Proceso de Producto Combinado	
6.	Para financiamiento de obligaciones (apoyo productivo y financiero):	Certificado de liquidación de la obligación a la fecha y tabla de amortización de la misma.	
7.	Programa de emprendedores	Certificado emitido por autoridad competente	

¹ / Es exigible balances auditados para clientes con un total de activos igual o mayor a USD 1 millón.
Se exigirá la información financiera en función a lo determinado por SBS para los diferentes segmentos, lo constante en el presente numeral podrá modificarse en función de dicha disposición.

ANEXO 8b

8.	Para programa plan tierras	Copias de cédulas y papeletas de votación de cada uno de los integrantes de la asociación o cooperativa	
		Copia de los nombramientos de los representantes legales de la asociación o cooperativa, debidamente registrados en el Min. de Inclusión Econ. Social	
		Acuerdo ministerial de constitución de la asociación o cooperativa, emitido por el Ministerio de Inclusión Económica Social,	
		Resolución oficial mediante el cual fue aprobada la asociación o cooperativa	
		Copia del acta de la asamblea firmada por todos los asociados, en la que autoricen al representante de la asociación o cooperativa, la compra de los bienes	
		Plan de producción del bien inmueble a ser adquirido (proyecto aprobado por el MAGAP)	
		Flujo de caja proyectados a 10 años, aprobados por el MAGAP	
		Certificado actualizado de cumplimiento de obligaciones patronales de las asociaciones, otorgado por el IESS	
		Certificado actualizado de cumplimiento de obligaciones tributarias de las asociaciones, emitido por el SRI	
		9.	Renovación industrial
10.	Financiamiento ex pescadores de arrastre	Certificado de haberse dedicado a la pesca de arrastre del MAGAP	
11.	Para proyectos de generación eléctrica	Título habilitante del CONELEC	
12.	Capital de trabajo de importación/exportación y/o factoring	Reporte de ventadas de los dos últimos años y año actual proyectado. Historial de exportaciones de los dos últimos pagos indicando partida arancelaria, monto, fecha de pedido, fecha de embarque.	
13.	Capital de trabajo de importación y/o factoring	Historial de importaciones de los dos últimos pagos indicando partida arancelaria, monto fecha de pedido, fecha de llegada, país de origen.	
14.	Factoring/reverse factoring	Comprobante de facturas compradas por la CFN (Anexo A del Proceso de Comercio Exterior)	
		Listado de facturas para ser aprobadas por la CFN	
		Reporte de cuentas por cobrar	
		Registro de firmas autorizadas y encargadas de facturación (Anexo 5 del Proceso de Comercio Exterior)	
		Para reverse factoring a. Reporte de compras a proveedores (Anexo 15 del Proceso de Comercio Exterior) b. Registro de firmas autorizadas y encargadas de recibir facturación.	
15.	Para Financiamiento emergente para exportación de banano	a. Reporte de ventadas de los tres últimos años y año actual proyectado. b. Reporte de compras semanal del último año c. Reporte de cuentas por cobrar y pagar semanal del último año d. Calificación de riesgo o reporte de buró de crédito certificado comercial de los clientes en el exterior, de que cumplan la condición de ser compradores regulares de al menos un año, emitido por una compañía especializada, a satisfacción de CFN.	
RECIBIDO			
Señor cliente, usted tiene un plazo máximo de 8 días, a partir de la notificación de requisitos adicionales para completar la documentación y/o el avalúo. Fecha que el cliente entrega requisitos: (dd/mm/aa) _____			
Nombre cliente	Firma	Nombre analista CFN	Firma

CFN se reserva el derecho de solicitar como requisitos adicionales, únicamente los siguientes:

- Avalúo, de ser el caso (Aplica entrega de facturas y/o declaración juramentada de propiedad)
- Solicitud de garante/codeudor, de ser el caso.
- Carta de autorización para revisión por parte de CFN, cuando el garante/codeudor es persona jurídica.
- Referencias personales (no aplica para personas jurídicas), comerciales (3) y bancarias del garante /codeudor.
- Copias cédula ciudadanía o pasaporte a color garante y codeudores y sus cónyuges, de ser el caso.
- Declaración notariada y juramentada sobre las vinculaciones por propiedad y por gestión, hasta el 4to grado de consanguinidad y 2do de afinidad con funcionarios de la CFN, licitud de fondos y calidad de PEP, suscrita por el representante legal y los accionistas con participación igual o superior al 20%, así como deudas con entidades u organismos del Estado y juicios incoados con el Estado.
- Escrituras de constitución, reformas de estatutos con la respectiva razón de inscripción en el Registro Mercantil

ANEXO 8b

- Acta del organismo competente (Junta General o Directorio), autorizando la tramitación y suscripción del crédito así como la constitución de hipoteca o prenda a favor de la CFN, compromiso de incremento del 10% de capital suscrito en caso de financiamiento de Activos fijos.

REQUISITOS GENERALES PARA INSCRIPCIÓN Y ACTUALIZACIÓN DE RUC SOCIEDADES

DOCUMENTOS	SOCIEDADES PRIVADAS				SOCIEDADES PÚBLICAS		OBSERVACIONES ESPECÍFICAS
	BAJO CONTROL DE LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS, INCLUSIVE LAS COMPAÑÍAS TENEDORAS DE ACCIONES O HOLDING, SUCURSALES EXTRANJERAS	BAJO CONTROL DE LA SUPERINTENDENCIA DE BANCOS	CIVILES Y COMERCIALES	CIVILES, DE HECHO, PATRIMONIOS INDEPENDIENTES O AUTÓNOMOS CON O SIN PERSONERÍA JURÍDICA, CONTRATO DE CUENTAS DE PARTICIPACIÓN, CONSORCIO DE EMPRESAS, EMPRESAS UNIPERSONALES	ORGANIZACIONES SIN FINES DE LUCRO Y BAJO CONTROL DE LA SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA (SEPS)	SECTOR PÚBLICO Y EMPRESAS PÚBLICAS	
Formulario	RUC 01-A, debidamente lleno y firmado por el Representante Legal, (si la sociedad registra más de 5 accionistas, esta información no se registrará en el formulario, se deberá presentar la misma en medio magnético de acuerdo a la ficha técnica que la puede consultar en la página web del SRI). RUC 01-B se presentará únicamente cuando la sociedad posea establecimientos adicionales a la matriz						Los formularios deben ser firmados por el representante legal, apoderado o liquidador designado, según corresponda
Identificación de la sociedad	Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil, a excepción de los Fideicomisos Mercantiles, Fondos de Inversión y Fondos Complementarios Previsionales. Para los establecimientos permanentes de las compañías extranjeras deberán presentar la resolución otorgada por la Superintendencia de Compañías que autoriza a la sucursal de la compañía extranjera a operar en el país		Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución inscrita en el Registro Mercantil	Original y copia, o copia certificada de la escritura pública o del contrato social otorgado ante notario o juez. Únicamente para el caso de Empresas Unipersonales, y Sociedades Civiles comerciales la escritura pública de constitución deberá ser inscrita en el Registro Mercantil	Original y copia, o copia certificada del nombramiento, avalado por el organismo ante el cual la organización se encuentra registrada	Original y copia del Registro Oficial donde se encuentre publicada la creación de la entidad o institución pública; u, original y copia de la Ley, Decreto, Ordenanza o Resolución que apruebe la creación de la institución, empresa pública o ente contable independiente o desconcentrado	Este documento establece la creación de la sociedad, el mismo que le otorga su personería jurídica
	Verificar en la página web de la Superintendencia de Compañías e imprimir la hoja de datos generales y accionistas						Las hojas de datos generales se componen de: datos generales y socios/accionistas, excepto en las sucursales extranjeras quienes no presentan la hoja de accionistas
Representación	Verificar en la página web de la Superintendencia de Compañías e imprimir el nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil a excepción de los Fideicomisos Mercantiles, Fondos de Inversión y Fondos Complementarios Previsionales. Para las sucursales extranjeras y establecimientos permanentes, se solicitará original y copia certificada del poder conferido al Mandatario de la compañía Extranjera inscrito en el Registro Mercantil. En el caso de que el nombramiento de representante legal no se encuentre disponible en la página web de la Superintendencia de Compañías se solicitará el requisito en original y copia	Original y copia inscrito en el Registro Mercantil	Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal con reconocimiento de firmas, para el caso de las Empresas Unipersonales y Civiles Comerciales el nombramiento deberá ser inscrito en el Registro Mercantil	Original y copia, o copia certificada del nombramiento, avalado por el organismo ante el cual la organización se encuentra registrada	Original y copia del documento o acto administrativo que lo acredite como representante legal, emitido por la máxima autoridad	Para el caso de Sociedades sin fines de lucro, la fecha del nombramiento será aquella que consta como de legalización ante el organismo competente o la fecha del acta de la asamblea en la que se eligió la directiva. Los nombramientos de representantes legales de entidades de culto religioso deberán estar inscritos en el Registro de la Propiedad. La fecha de registro del nombramiento en el sistema es la fecha de emisión del documento en el que exista una delegación expresa de funciones y responsabilidades tributarias como representante legal. Para sociedades públicas se podrá aceptar la acción de personal siempre y cuando se especifique que cumplirá con las funciones indicadas, el cargo y la fecha de vigencia. En el caso que el nombramiento de representante legal se encontrara caducado y no se ha gestionado una actualización posterior del mismo, se podrá presentar la certificación emitida por el Registro Mercantil o Registro de la Propiedad indicando que no existe un nombramiento registrado con posterioridad en dicho organismo.	
Documento de Identificación del Representante Legal y documento de ubicación de la sociedad	REMITIRSE A LA HOJA DE IDENTIFICACIÓN CORRESPONDIENTE A REQUISITOS GENERALES PARA VERIFICAR LA IDENTIFICACIÓN DEL REPRESENTANTE LEGAL Y LA UBICACIÓN DE LA SOCIEDAD						

NOTA:

Para el caso de contribuyentes que no hayan actualizado su RUC hasta el 01/01/2004, deben presentar los requisitos establecidos para la inscripción.

REQUISITOS ESPECÍFICOS SEGÚN EL TIPO DE SOCIEDAD

Nombre del Requisito	Característica específica de contribuyente	Identificación de la sociedad	Documento que nombre al Representante Legal	Forma de presentación	Características del Requisito
Documento que certifica la actividad económica	CONDOMINIOS	Escritura pública de propiedad horizontal otorgada por el notario o juez debidamente inscrita en el Registro de la Propiedad, u original y copia del acta de la primera asamblea de los copropietarios protocolizada o con reconocimiento de firmas ante notario	Nombramiento del Administrador o representante del Condominio o acta de la asamblea de los copropietarios protocolizada o con reconocimiento de firmas ante notario en el que conste la directiva designada	Original y copia, o copia certificada	Los condominios por su propia naturaleza no realizan una actividad económica, por lo cual no están obligados a inscribirse en el RUC y cumplir con los demás deberes formales establecidos en el Reglamento, excepto si realizan otras actividades diferentes a la administración del edificio, y que generen lucro para el condominio o necesiten inscribirse para actividades propias de su administración. Se los registra en la base de datos únicamente con la finalidad de que los condominios puedan cumplir con ciertas formalidades ante otras instituciones, como las financieras al momento de aperturar una cuenta bancaria, e IESS para la afiliación a sus empleados
	EMBAJADAS	Acreditación emitida por el Ministerio de Relaciones Exteriores, en la que se apruebe el funcionamiento de la Embajada en el Ecuador	Acreditación del Representante legal emitido por la respectiva Embajada y validado por el Ministerio de Relaciones Exteriores. Original y copia de la Credencial de Diplomático	Original y copia	-
	JUNTAS ADMINISTRADORAS DE AGUA	Documento donde se apruebe su creación, emitido por el organismo regulador	Nombramiento del Administrador de la Junta avalado por el organismo ante el cual se encuentra registrado	Original y copia, o copia certificada	En el documento de creación puede constar el dato del representante legal, para lo cual no será necesario solicitar un nombramiento adicional
	COMPAÑÍAS TENEDORAS DE ACCIONES O HOLDING	Escritura pública de constitución inscrita en el Registro Mercantil	Nombramiento del Representante Legal inscrito en el Registro Mercantil	Original y copia, o copia certificada	-
	CAJAS DE AHORROS, COOPERATIVAS Y BANCOS COMUNITARIOS	Resolución emitida por su organismo regulador, por medio del cual se otorgó la personería jurídica	Nombramiento avalado por el organismo ante el cual la organización se encuentra registrada	Original y copia, o copia certificada	-
	FIDEICOMISOS Y FONDOS DE INVERSIÓN	Escritura pública o contrato social otorgado ante notario o juez	Nombramiento del representante legal con reconocimiento de firmas ante notario	Original y copia, o copia certificada	-
	ESTABLECIMIENTO PERMANENTE CON REPRESENTACIÓN	Poder otorgado por la compañía extranjera donde se autoriza el establecimiento de la empresa extranjera en el Ecuador y la persona responsable en el país, dicho documento debe encontrarse apostillado y traducido de ser el caso e inscrito en el Registro Mercantil	Poder otorgado por la compañía extranjera donde se autoriza el establecimiento de la empresa extranjera en el Ecuador y la persona responsable en el país, dicho documento debe encontrarse apostillado y traducido de ser el caso e inscrito en el Registro Mercantil	Original y copia, o copia certificada	-
	SOCIEDAD EXTRANJERA NO DOMICILIADA EN EL ECUADOR	Poder otorgado por la sociedad extranjera donde se autoriza la realización de la compra - venta de bienes o derechos en nuestro país, y la persona responsable en el Ecuador, dicho documento debe encontrarse apostillado y traducido de ser el caso.	Poder otorgado por la sociedad extranjera donde se autoriza la realización de la compra - venta de bienes o derechos en nuestro país, y la persona responsable en el Ecuador, dicho documento debe encontrarse apostillado y traducido de ser el caso.	Original y copia, o copia certificada	Estas sociedades están sujetas a lo establecido en la Circular NO. DAC-NEGCGC14-0007 del 31 de julio de 2014, publicada en el Suplemento del Registro Oficial 305 del 06 de agosto de 2014
	LIGAS DEPORTIVAS BARRIALES	Acuerdo Ministerial o Resolución con la cual se otorgó la personería jurídica	Nombramiento avalado por el organismo ante el cual la organización se encuentra registrada	Original y copia, o copia certificada	-
	PARTIDOS Y MOVIMIENTO POLÍTICOS	Resolución de creación emitida por el Consejo Nacional Electoral	Nombramiento, avalado por el organismo ante el cual la organización se encuentra registrada	Original y copia, o copia certificada	-
	CAMPAÑAS ELECTORALES	Documento emitido por el Consejo Nacional Electoral	Formulario de inscripción ante el órgano respectivo del responsable del manejo económico de campaña y su contador	Original y copia, o copia certificada	La resolución y la hoja de registro debe estar firmada y sellada por el CNE
	FONDOS COMPLEMENTARIOS PREVISIONALES	Escritura pública de constitución	Nombramiento del Representante Legal	Original y copia, o copia certificada	-
	CONVENIOS INTERNACIONALES	Convenio de Cooperación suscrito por el Ministerio de Relaciones Exteriores	Nombramiento, avalado por el organismo ante el cual la organización se encuentra registrada	Original y copia, o copia certificada	-
	SUCESIONES INDIVISAS	Posesión efectiva elevada a escritura pública	Nombramiento del Administrador o tutor de los bienes	Original y copia, o copia certificada	-
ONG'S (ORGANIZACIONES NO GUBERNAMENTALES EXTRANJERAS)	Convenio de Cooperación suscrito por el Ministerio de Relaciones Exteriores y la ONG que funcionará en el país, el organismo regulador es la SETECI	Nombramiento, avalado por el organismo ante el cual la organización se encuentra registrada	Original y copia, o copia certificada	Las ONG'S pueden ser fundaciones. El convenio debe estar apostillado	

REQUISITOS PARA INGRESO POR TERCEROS

Remitirse a la hoja de Requisitos para ingreso de trámites por terceros