



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

FACULTAD DE TURISMO,

HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA.

CARRERA DE HOTELERÍA

“ ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CATERING  
INDUSTRIAL EN LA EMPRESA ITAL PRODOTTI”

TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA DE

EMPRESAS HOTELERAS.

AUTOR: TERESA PAULINA RUALES VACA

DIRECTOR: LIC. CARLOS SILVA

2012

Estudio de Factibilidad para la Creación de un Catering Industrial en la empresa ITAL  
PRODOTI, realizado por la Sra. Teresa Paulina Ruales Vaca.

.....

AUTOR

Estudio de Factibilidad para la Creación de un Catering Industrial en la empresa ITAL  
PRODOTI, dirigido por el Lic. Carlos Silva.

.....

DIRECTOR

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero agradecer a Dios por haberme dado las fuerzas y la sabiduría necesaria para la culminación de mi formación superior. A mi padre Marco Ruales y mi madre María de Lourdes Vaca, por haberme guiado, apoyado y amado en el transcurso de mi vida ya que ellos me enseñaron que lo más importante es luchar por tus sueños e ideales, a mis hermanas María José y Lucia mis amigas y confidentes por estar en cada momento importante, mi agradecimientos a mi familia por apoyarme en la culminación de otra etapa de la vida.

A mi Director Lic. Carlos Silva quien supo con acierto guiarme durante el tiempo que duró esta investigación.

## **DEDICATORIA**

En la vida hay momentos duros que muchas veces pensamos que nunca vamos a lograr ver la luz al final del túnel, pero siempre vamos a encontrar esa luz lo único que tenemos que hacer es luchar para lograrlo, por eso mi proyecto quiero dedicarlo a todas las personas que estuvieron a mi lado, a mis padres y hermanas, A mi esposo Luis Alberto, mi hijo Martín Alejandro que han sido la fuente de amor y motivación, a mi pequeño ángel que desde el cielo me dio la fuerza y la energía para terminar mi carrera, pero en especial quiero dedicar este logro al ser mas supremo que existe que es Dios a pesar de que no te puedo ver, si pude sentir tu compañía todas los días mientras realice una investigación objetiva y positiva de mi proyecto, gracias a todos por su amor, apoyo y comprensión.

## INDICE

### CAPITULO I: GENERALIDADES

<b>1.1 Antecedentes.....</b>	<b>2</b>
<b>1.2 Formulación de la Hipótesis.....</b>	<b>4</b>
<b>1.3 Planteamiento de Objetivos.....</b>	<b>5</b>
<b>1.3.1 Objetivo General. ....</b>	<b>5</b>
<b>1.3.2 Objetivos específicos. ....</b>	<b>5</b>
<b>1.4 Zona de Estudio.....</b>	<b>6</b>
<b>1.5 Catering. ....</b>	<b>8</b>
<b>1.5.1 Catering Sociales.....</b>	<b>10</b>
<b>1.5.2 Catering Corporativo.....</b>	<b>12</b>
<b>1.6 Concepto de Catering.....</b>	<b>13</b>
<b>1.7 Características de Negocio del Catering.....</b>	<b>14</b>
<b>1.8 Operación de Catering.....</b>	<b>15</b>

### CAPITULO II: ESTUDIO DE MERCADO

<b>2.1 Definición de Mercado.....</b>	<b>20</b>
<b>2.2 Objetivos del Estudio de Mercado .....</b>	<b>20</b>

<b>2.3 Segmento de Mercado.....</b>	<b>21</b>
<b>2.3.1 Segmentación Geográfica.....</b>	<b>21</b>
<b>2.3.2 Segmentación Demográfica.....</b>	<b>21</b>
<b>2.3.3 Segmentación Pictográfica.....</b>	<b>22</b>
<b>2.4 Metodología de la Investigación.....</b>	<b>22</b>
<b>2.5 Estudio de la Demanda.....</b>	<b>22</b>
<b>2.5.1 Definición de la Demanda.....</b>	<b>22</b>
<b>2.5.2 Demanda del Proyecto.....</b>	<b>23</b>
<b>2.6 Diseño y Tamaño de la Muestra.....</b>	<b>23</b>
<b>2.6.1 Encuesta Clientes.....</b>	<b>24</b>
<b>2.6.2 Tabulación, Diagrama y Análisis de Encuestas a Clientes.....</b>	<b>26</b>
<b>2.7 Estudio de la Oferta.....</b>	<b>40</b>
<b>2.7.1 Definición.....</b>	<b>40</b>
<b>2.7.2 Oferta del Proyecto.....</b>	<b>40</b>
<b>2.8 Proveedores.....</b>	<b>40</b>
<b>2.9 Análisis Externo del Macro ambiente.....</b>	<b>41</b>
<b>2.9.1 Factor Económico.....</b>	<b>41</b>

<b>2.9.1.1 Balanza Comercial.....</b>	<b>41</b>
<b>2.9.1.2 PIB.....</b>	<b>41</b>
<b>2.9.1.3Inflación.....</b>	<b>42</b>
<b>2.9.1.4 Deuda Externa.....</b>	<b>42</b>
<b>2.9.1.5 Factor Político.....</b>	<b>42</b>
<b>2.9.1.6 Factor Socio Cultural.....</b>	<b>43</b>
 <b>CAPITULO III: PLAN DE MARKETING</b>	
<b>3.1 Introducción.....</b>	<b>45</b>
<b>3.2 Objetivos de Marketing.....</b>	<b>45</b>
<b>3.3 Estadísticas de Marketing.....</b>	<b>45</b>
<b>3.3.1 Ventajas Competitivas del Proyecto.....</b>	<b>47</b>
<b>3.2.3 Estrategias de Posicionamiento.....</b>	<b>47</b>
<b>3.4 Producto.....</b>	<b>48</b>
<b>3.4.1 Logotipo de la Empresa L'ALIMENT SÛR.....</b>	<b>49</b>
<b>3.5 Promoción.....</b>	<b>50</b>
<b>3.6 Precio.....</b>	<b>51</b>
<b>3.7 Plaza.....</b>	<b>52</b>

<b>3.8 Canales de Distribución.....</b>	<b>53</b>
<b>3.9 Análisis FODA.....</b>	<b>54</b>
<b>3.9.1 Fortaleza.....</b>	<b>55</b>
<b>3.9.2 Oportunidades.....</b>	<b>55</b>
<b>3.9.3 Debilidades.....</b>	<b>55</b>
<b>3.9.4 Amenazas.....</b>	<b>55</b>
 <b>CAPITULO IV: ESTUDIO TECNICO</b>	
<b>4.1 Definición.....</b>	<b>57</b>
<b>4.2 Objetivos.....</b>	<b>57</b>
<b>4.3 Localización del Proyecto .....</b>	<b>57</b>
<b>4.3.1 Macro Localización del Proyecto.....</b>	<b>57</b>
<b>4.3.2 Micro Localización del Proyecto.....</b>	<b>58</b>
<b>4.4 Descripción del Servicio.....</b>	<b>58</b>
<b>4.5 Descripción de las Áreas del Proyecto.....</b>	<b>58</b>
<b>4.5.1 Administrativa.....</b>	<b>59</b>
<b>4.5.2 Operativos.....</b>	<b>59</b>
<b>4.5.2.1 Bodega y Cuartos Fríos.....</b>	<b>59</b>

4.5.2.2 Cocina.....	60
4.5.2.3 Comedor.....	60
4.6 Tecnología y Equipos.....	60
4.6.1 Especificaciones de Tecnología y Equipos de Cocina.....	60
4.6.2Especificaciones de Materiales y Equipos del Área Administrativa....	62
4.6.3Epecificaciones de Materiales del Área de Limpieza.....	63
4.7 Nutrición y Diseño.....	64
4.7.1 Identificación del producto del Catering.....	65
4.7.2 Menú.....	67
 <b>CAPITULO V: ESTUDIO ADMINISTRTIVO</b>	
5.1 Definición.....	69
5.2 Objetivos.....	69
5.3 Organigrama Estructural.....	69
5.4 Organigrama Posicional.....	71
5.5 Descripción y Funciones del Cargo.....	72
5.5.1 Área Operativa.....	72
5.3.2 Área Administrativa.....	78

<b>5.6 Política Internas de la Empresa.....</b>	<b>81</b>
<b>5.7 Plan de Capacitación.....</b>	<b>82</b>
<b>5.8 Buenas Prácticas de Manufactura.....</b>	<b>87</b>
<b>5.8.1 Definición. ....</b>	<b>87</b>
<b>5.8.2 Objetivos.....</b>	<b>87</b>
<b>5.8.3 Factores Básicos para la sanidad y seguridad alimentaria.....</b>	<b>87</b>
<b>5.8.3.1 Manipuladores.....</b>	<b>87</b>
<b>5.8.3.2 Alimentos. ....</b>	<b>94</b>
<b>5.8.3.3Instalaciones.....</b>	<b>96</b>
 <b>CAPITULO VI: ESTUDIO LEGAL</b>	
<b>6.1 Introducción.....</b>	<b>99</b>
<b>6.2 Tipo de Empresa.....</b>	<b>99</b>
<b>6.3 Capital.....</b>	<b>100</b>
<b>6.4 Socios.....</b>	<b>100</b>
<b>6.5 Superintendencia de Compañías.....</b>	<b>101</b>
<b>6.6 Aprobación de nombre de la Compañía.....</b>	<b>101</b>
<b>6.7 Apertura de Cuenta de Integración de Capital.....</b>	<b>102</b>

<b>6.8 Celebración de la Escritura Pública.....</b>	<b>102</b>
<b>6.9 Solicitar la Aprobación de la Escritura Pública.....</b>	<b>103</b>
<b>6.10 Obtener Resolución para la Aprobación.....</b>	<b>103</b>
<b>6.11 Elaboración de Nombramientos.....</b>	<b>103</b>
<b>6.12 Inscripción de Nombramiento en el Registro Mercantil.....</b>	<b>103</b>
<b>6.13 Registro en la Superintendencia de Compañías.....</b>	<b>104</b>
<b>6.13.1 RUC.....</b>	<b>104</b>
<b>6.14 Retirar la cuenta de Integración de Capital .....</b>	<b>106</b>
<b>6.15 Registro Mercantil.....</b>	<b>106</b>
<b>6.16 Permisos Municipales.....</b>	<b>106</b>
<b>6.16.1 Patente Municipal.....</b>	<b>106</b>
<b>6.16.2 Permiso Sanitarios.....</b>	<b>107</b>
<b>6.16.3Permiso del Cuerpo de Bomberos.....</b>	<b>108</b>
<b>6.17 Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS).....</b>	<b>108</b>
<b>6.18 Permiso de CAPTUR.....</b>	<b>109</b>
 <b>CAPITULO VII: ESTUDIO FINANCIERO</b>	
<b>7.1 Introducción.....</b>	<b>111</b>

<b>7.2 Inversión de la Propuesta.....</b>	<b>111</b>
<b>7.3 Fuentes de Financiamiento.....</b>	<b>112</b>
<b>7.4 Activos Fijos.....</b>	<b>112</b>
<b>7.4.1 Equipos de Oficina.....</b>	<b>112</b>
<b>7.4.2 Menaje de Cocina.....</b>	<b>113</b>
<b>7.4.3 Vajilla y Menaje.....</b>	<b>114</b>
<b>7.4.4 Muebles y Enseres de Cocina.....</b>	<b>115</b>
<b>7.4.5 Uniformes.....</b>	<b>116</b>
<b>7.4.6 Equipos de Cocina.....</b>	<b>116</b>
<b>7.5 Activos Intangibles o Diferidos.....</b>	<b>117</b>
<b>7.5.1 Gastos Pre operativos.....</b>	<b>117</b>
<b>7.6 Depreciaciones de los Activos.....</b>	<b>118</b>
<b>7.7 Amortizaciones.....</b>	<b>120</b>
<b>7.8 Capital de Trabajo.....</b>	<b>120</b>
<b>7.9 Financiamiento.....</b>	<b>121</b>
<b>7.10 Préstamo.....</b>	<b>122</b>
<b>7.11 Determinación de Costos.....</b>	<b>125</b>

<b>7.11.1 Costos de Producción.....</b>	<b>125</b>
<b>7.11.2 Costos de Materia Prima.....</b>	<b>126</b>
<b>7.11.3 Costos de Mano de Obra.....</b>	<b>126</b>
<b>7.11.3.1 Costos de Mano de Obra Directa .....</b>	<b>126</b>
<b>7.11.3.2 Costos de Mano de Obra Indirecta.....</b>	<b>126</b>
<b>7.11.3.3 Costos Administrativos.....</b>	<b>127</b>
<b>7.11.4 Costos de Administración.....</b>	<b>129</b>
<b>7.12 Ingresos.....</b>	<b>129</b>
<b>7.13 Estado Situación Inicial.....</b>	<b>131</b>
<b>7.14 Estado de Pérdidas y Ganancias.....</b>	<b>133</b>
<b>7.15 Evaluación Financiera.....</b>	<b>135</b>
<b>7.15.1 Flujo de Caja.....</b>	<b>135</b>
<b>7.15.2 Tasa Interna de Retorno.....</b>	<b>135</b>
<b>7.15.3 Valor Actual Neto.....</b>	<b>136</b>
<b>7.15.4 Punto De Equilibrio.....</b>	<b>138</b>
<b>7.15.5 Periodo de Recuperación de la Inversión.....</b>	<b>138</b>
<b>7.15.6 Índice de Rentabilidad.....</b>	<b>139</b>

7.15.7 Razón Corriente.....	139
7.15.8 Margen Bruto.....	139
7.15.9 Margen Operativo.....	139
7.15.10 Margen Neto.....	139
7.16 Análisis Financiero.....	141
<b>CAPITULO VIII: IMPACTO AMBIENTAL</b>	
8.1 Introducción.....	143
8.2 Objetivos.....	144
8.3 Clasificación del Impacto Ambiental.....	144
8.4 Situación Actual y Factores Ambientales.....	145
8.4.1 Situación Actual.....	145
8.4.2 Factores Ambientales.....	145
8.4.2.1 Transporte.....	145
8.4.2.2 Almacenamiento.....	146
8.4.2.3 Separación de Desechos.....	148
8.5 Maneras de Evitar el Impacto Ambiental en el Proyecto.....	149
8.5.1 Recolección.....	149

<b>8.5.2 Almacenamiento.....</b>	<b>149</b>
<b>8.5.3 Tratamiento.....</b>	<b>150</b>
<b>8.6 Disociación Final.....</b>	<b>150</b>
<b>8.7 Bioseguridad.....</b>	<b>150</b>
<b>8.8 Riesgos.....</b>	<b>151</b>
<b>8.9 Normas de Protección.....</b>	<b>151</b>
<b>8.10 Químicos Utilizados para Limpieza y Desinfección.....</b>	<b>151</b>
<b>CAPITULO IX: Conclusiones y Recomendaciones</b>	
<b>9.1 Conclusiones.....</b>	<b>157</b>
<b>9.2 Recomendaciones.....</b>	<b>158</b>
<b>BIBLIOGRAFIA.....</b>	<b>159</b>

## INDICE DE TABLAS

<b>TABLA 1.....</b>	<b>7</b>
<b>TABLA 2.....</b>	<b>26</b>
<b>TABLA 3.....</b>	<b>27</b>
<b>TABLA 4.....</b>	<b>28</b>
<b>TABLA 5.....</b>	<b>29</b>
<b>TABLA 6.....</b>	<b>31</b>
<b>TABLA 7.....</b>	<b>32</b>
<b>TABLA 8.....</b>	<b>33</b>
<b>TABLA 9.....</b>	<b>35</b>
<b>TABLA 10.....</b>	<b>36</b>
<b>TABLA 11.....</b>	<b>37</b>
<b>TABLA 12.....</b>	<b>38</b>
<b>TABLA 13.....</b>	<b>54</b>
<b>TABLA 14.....</b>	<b>60</b>
<b>TABLA 15.....</b>	<b>62</b>
<b>TABLA 16.....</b>	<b>63</b>

<b>TABLA 17.....</b>	<b>65</b>
<b>TABLA 18.....</b>	<b>67</b>
<b>TABLA 19.....</b>	<b>72</b>
<b>TABLA 20.....</b>	<b>73</b>
<b>TABLA 21.....</b>	<b>75</b>
<b>TABLA 22.....</b>	<b>76</b>
<b>TABLA 23.....</b>	<b>78</b>
<b>TABLA 24.....</b>	<b>79</b>
<b>TABLA 25.....</b>	<b>80</b>
<b>TABLA 26.....</b>	<b>83</b>
<b>TABLA 27.....</b>	<b>111</b>
<b>TABLA 28.....</b>	<b>112</b>
<b>TABLA 29.....</b>	<b>113</b>
<b>TABLA 30.....</b>	<b>113</b>
<b>TABLA 31.....</b>	<b>115</b>
<b>TABLA 32.....</b>	<b>116</b>
<b>TABLA 33.....</b>	<b>116</b>

<b>TABLA 34.....</b>	<b>116</b>
<b>TABLA 35.....</b>	<b>117</b>
<b>TABLA 36.....</b>	<b>118</b>
<b>TABLA 37.....</b>	<b>119</b>
<b>TABLA 38.....</b>	<b>120</b>
<b>TABLA 39.....</b>	<b>120</b>
<b>TABLA 40.....</b>	<b>120</b>
<b>TABLA 41.....</b>	<b>121</b>
<b>TABLA 42.....</b>	<b>122</b>
<b>TABLA 43.....</b>	<b>122</b>
<b>TABLA 44.....</b>	<b>126</b>
<b>TABLA 45.....</b>	<b>127</b>
<b>TABLA 48.....</b>	<b>129</b>
<b>TABLA 49.....</b>	<b>130</b>
<b>TABLA 50.....</b>	<b>132</b>
<b>TABLA 51.....</b>	<b>134</b>
<b>TABLA 52.....</b>	<b>135</b>

<b>TABLA 53.....</b>	<b>137</b>
<b>TABLA 54.....</b>	<b>138</b>
<b>TABLA 55.....</b>	<b>140</b>
<b>TABLA 56.....</b>	<b>140</b>

## INDICE DE GRÁFICOS

<b>GRÁFICO 1.....</b>	<b>26</b>
<b>GRÁFICO 2.....</b>	<b>27</b>
<b>GRÁFICO 3.....</b>	<b>29</b>
<b>GRÁFICO 4.....</b>	<b>30</b>
<b>GRÁFICO 5.....</b>	<b>31</b>
<b>GRÁFICO 6.....</b>	<b>32</b>
<b>GRÁFICO 7.....</b>	<b>34</b>
<b>GRÁFICO 8.....</b>	<b>35</b>
<b>GRÁFICO 9.....</b>	<b>37</b>
<b>GRÁFICO 10.....</b>	<b>38</b>
<b>GRÁFICO 11.....</b>	<b>39</b>
<b>GRÁFICO 12.....</b>	<b>49</b>
<b>GRÁFICO 13.....</b>	<b>57</b>
<b>GRÁFICO 14.....</b>	<b>58</b>
<b>GRÁFICO 15.....</b>	<b>65</b>
<b>GRÁFICO 16.....</b>	<b>89</b>

<b>GRÁFICO 17.....</b>	<b>89</b>
<b>GRÁFICO 18.....</b>	<b>90</b>
<b>GRÁFICO 19.....</b>	<b>90</b>
<b>GRÁFICO 20.....</b>	<b>90</b>
<b>GRÁFICO 21.....</b>	<b>91</b>
<b>GRÁFICO 22.....</b>	<b>91</b>
<b>GRÁFICO 23.....</b>	<b>92</b>
<b>GRÁFICO 24.....</b>	<b>92</b>
<b>GRÁFICO 25.....</b>	<b>92</b>
<b>GRÁFICO 26.....</b>	<b>93</b>
<b>GRÁFICO 27.....</b>	<b>147</b>

**CAPÍTULO I**  
**GENERALIDADES**

## **1.1 ANTECEDENTES**

El Catering en empezó a darse a conocer en el año 1935 cuando el jefe de cocina Xavier Maier ultimaba los detalles para la servir la primera cena liviana para 36 comensales.

El chef Maier tenía bajo su mando a cuatro cocineros que como era habitual sobre los últimos minutos, corrían nerviosamente por aquella bien equipada cocina, para entregar los platos de entrada compuestos de una ensalada de radicchio, tomate y zanahoria juliana, aderezada con aceite de oliva aromatizada con albahaca. El menú continuó con un lenguado cubierto de una salsa de setas y patatas cocinadas a la inglesa. De postre, helado de pistacho bañado en un culi de frutos del bosque y el café estuvo acompañado de una porción de apfelstrudel con nata.

Fue una magnífica cena de despedida porque nadie imaginó que al día siguiente, 6 de mayo de 1936, a las 7 y 25 de la tarde, el dirigible alemán, LZ 129, Hindenburg de 270 metros de largo, la aeronave de pasajeros más moderna en su categoría hasta ese momento, se precipitaba a tierra envuelta en llamas junto al mástil de anclaje de Lakehurst.

Se denomina catering al servicio profesional que se dedica principalmente a la presentación externa del suministro del servicio de comida preparada, pero también puede tomar parte en abastecer de todo lo necesario para la organización de un banquete, comida de personal de empresas o industrias. Dicha comida puede ser bien preparada en cocinas centrales, bien elaborada en cocinas in situ (toda la gestión corresponde a la empresa de catering), o subcontratando a terceros en la elaboración total o parcial. También se considera catering a la preparación de comidas en grandes

cantidades para ser vendidas en puntos de consumo separados del lugar donde se elaboran.

La actividad del catering en el país ha ido en constante crecimiento, aun cuando no está caracterizado el volumen que representa en el mercado (volumen de alimentos que manejan, número de trabajadores incorporados a la actividad, población usuaria, facturación que representan), es preciso señalar que las grandes empresa del sector tienen gran cantidad de empleados que entrega el servicio de alimentación a las empresa más importantes del país.

Es importante indicar que la empresa ITAL PRODOTI necesita el servicio de alimentación debido a que sus empleados se toman mucho tiempo al momento de ir a su hora de comida, es por esta razón que ellos necesitan implementar el servicio de Catering Industrial para la empresa, ya que es la solución que ellos buscaban para los empleados de la empresa, y como el servicio de catering en la actualidad es la mejor opción para las Industrias al momento de entregar la alimentación.

La ejecución del proyecto traerá algunos beneficios tanto a la empresa como a los empleados que laboran en la misma, e incluso abrirá nuevos campos laborales para las personas que pongan en marcha el proyecto. La importancia de crear el catering en la empresa ITAL PRODOTI, se centra en dos puntos importantes que son: protección de la salud de los trabajadores y optimizar los recursos por parte de la empresa.

El servicio de catering es considerado en nuestro país un tema de actualidad debido a que la mayoría de las empresas necesitan el servicio de alimentación, convirtiéndose en una necesidad de cada empresa, es por este motivo que ITAL PRODOTI considera unos de sus mayores objetivos la alimentación del personal.

La empresa encuentra importante la creación de un servicio de alimentación para su personal ya que ellos no están cumpliendo con los horarios y objetivos de la empresa, porque el empleado no se encuentra en un estado adecuado para su trabajo por causa de una mala alimentación que les quita la energía al momento de trabajar.

La dificultad que debe enfrentar cada día la empresa de catering radica en diferentes factores, es por esta razón que el proyecto tendrá diferentes estrategias que marcaran la diferencia en el servicio de alimentación, siendo necesario considerar por lo menos lo siguiente: La calidad en el servicio que se va a presentar al cliente, el tipo de menús que se va entregar al personal de la empresa, la infraestructura y el personal que estará a cargo de llevar la producción de los alimentos.

Se considera que el proyecto tiene una alto índice de factibilidad debido a la necesidad que tiene la empresa de contar con un servicio de alimentación para su personal.

## **1.2 FORMULACIÒN DE LA HIPOTESIS**

La implementación de un catering industrial en la empresa ITAL PRODOTI hará que los empleados cumplan con el horario de trabajo determinado, y mejoren su rendimiento en la empresa.

### **1.3 PLANTEAMIENTO DE OBJETIVOS**

#### **1.3.1 OBJETIVO GENERAL**

Implementar el servicio de alimentación para el personal de la empresa ITAL PRODOTI tomando en cuenta las necesidades de los empleados.

#### **1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Dotar de capacitación nutricional y seguridad en alimentos al personal de la empresa ITAL PRODOTI
- Determinar la rentabilidad del proyecto mediante el estudio de costo-beneficio, con los respectivos indicadores financieros.
- Seleccionar de talento humano para formar parte del proyecto con un plan de capacitación el cual permita controlar los sistemas de calidad en el servicio y en la producción.
- Determinar la infraestructura y equipamiento necesario.
- Presentar una alternativa para el tratamiento de los desechos orgánicos producidos en el negocio para minimizar el impacto ambiental.

#### **1.4 ZONA DE ESTUDIO.**

Quito, capital del Ecuador localizada en la Región Sierra en la provincia de Pichincha a 2.800 metros sobre el nivel del mar, ubicada sobre la hoya de Guayabamba en las laderas orientales del estratovolcán activo Pichincha, en la parte occidental de los Andes, rodeada de grandes volcanes, sobre una franja horizontal entre hermosas montañas. Convirtiéndola en la segunda capital administrativa más alta del mundo (después de La Paz) y la capital oficial más elevada del planeta. Su población es de 1.397.698 habitantes en el área urbana y de 1.842.201 en todo el Distrito (de acuerdo al censo del año 2001). Según estima el municipio, para el año 2010, la urbe tendrá 1,640,478 habitantes (2,231,705 en todo el Distrito Metropolitano). La ciudad está dividida en 32 parroquias, las cuales se subdividen en barrios, el esplendor natural de la ciudad, combinado con sus atractivas plazas, parques y monumentos así como el calor de su gente convierte a Quito en lugar único e inolvidable, la gente que habita en esta hermosa ciudad conservan aun sus tradiciones culturales y gastronomía.

La fecha de su primera fundación es incierta; los registros más antiguos se hallan en la hacienda del Inga, sin embargo, se utiliza la conquista española de la ciudad, el 6 de diciembre de 1534, como su nacimiento; convirtiéndola en la más antigua capital nacional de Sudamérica.

Quito, la capital de Ecuador, es considerada una de las más hermosas regiones de América Latina. Localizada en las montañas Andinas al pie del volcán Pichincha (9200 metros sobre el nivel del mar). Quito tiene un clima primaveral durante todo el año.

**TABLA 1**



**Parámetros climáticos promedio de Quito**



Mes	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Anual
Temperatura máxima registrada (°C)	30	28	31	41	27	27	28	27	27	30	27	28	41
Temperatura diaria máxima (°C)	18	18	18	18	18	19	19	19	20	19	19	18	19
Temperatura diaria mínima (°C)	10	10	10	10	10	9	9	9	9	9	9	10	10
Temperatura mínima registrada (°C)	--	--	1	--	3	--	1	2	3	5	2	2	1

FUENTE: Meowweather

Iglesias y conventos maravillosamente conservados y sus grandes edificios brindan un contraste entre la arquitectura contemporánea y el Quito moderno, una ciudad cosmopolita de gran diversidad cultural.

Es importante destacar la riqueza de la gastronomía de Quito, ya que tiene una gran variedad de productos los platos típicos de la ciudad son: locros, empanadas, humitas, llapingachos entre otros platos, sus bebidas tradicionales son: canelas, la chicha, rocero entre otras.

Es por esta razón que la mayoría de las personas que habitan en esta ciudad especialmente de la personas que realizan un desgaste físico mayor que otra tiene alimentarse una gran cantidad de carbohidratos, harinas y cárnicos para mantener energías durante todo el día de labores.

Para la implementación del Catering Industrial en la empresa ITAL PRODOTI que se ubicada Ecuador provincia de Pichincha ciudad de Quito parroquia de Ponciano en el sector de la Panamericana Norte Km. 7 de la ciudad, La creación del Catering Industrial está basada en las necesidades alimentarias de las personas que trabajan en la empresa ITAL PRODOTI, debido a que ellos no cuentan con el servicio de alimentación.

## **1.5 CATERING<sup>1</sup>**

Al servicio de alimentación institucional o alimentación colectiva que provee una cantidad determinada de comida y bebida en fiestas, eventos y presentaciones de diversa índole.

---

<sup>1</sup> AHMED, Ismael; Congreso y Catering, organización eventos; Editorial Paraninfo;1999

En algunos casos los salones de fiestas u hoteles y empresas del rubro proveen este servicio junto al alquiler de sus instalaciones; en otros casos hay empresas especializadas para elaborar y trasladar los alimentos al sitio que disponga el cliente. En el servicio se puede incluir desde la propia comida, la bebida, la mantelería y los cubiertos, hasta el servicio de cocineros, camareros y personal de limpieza posterior al evento.

La palabra “Catering” es muy conocida en el mundo gastronómico o empresas que se dedican a alimentos y bebidas, en muchos casos el Catering es utilizado desde las grandes empresas hoteleras hasta el cocinero empírico.

Partiendo de la base del concepto de la palabra cater podremos decir que

Cater.- cubrir las necesidades de organizar la comida para abastecer, proveer de víveres complacer, halagar a uno en sus gustos.

Es de este concepto que el catering se le denomina un servicio de alimentos, pero con características muy propias que se diferencia de cualquier otro servicio.

La operación del servicio de catering varía en la alimentación institucional o alimentación colectiva que provee una cantidad determinada de comida y bebida en fiestas, eventos y presentaciones de diversa índole.

Es por eso que el servicio es variable dependiendo del evento que se presente, no se contrata el mismo servicio de catering para un desayuno empresarial que para una cena de gala, por ejemplo.

Las personas que desean entrar en el servicio de Catering deben tener conocimientos en administración, recursos humanos, gastronomía, competitividad, protocolo costo de alimentos y bebidas entre otras.

Es importante que las personas que trabajen en esta empresa se encuentren capacitando constantemente ya que este tipo de servicio de basa en dar la adecuada alimentación y alto valor nutricional, tomando en cuenta el tipo de industria que a la que se ofrecerá el servicio.

La preocupación de este tipo de empresas es proporcionar la alimentación, bebidas, equipamiento, servicio y los más pequeños detalles para lograr un servicio de excelencia para sus clientes.

Entre los diferentes servicio de catering se destacan: Sociales y Corporativos.

### **1.5.1 CATERING SOCIALES<sup>2</sup>**

Los catering sociales son aquellos que dan alimentación en banquetes o eventos son eventuales, es por esto que existen diferentes tipos de servicio de alimentación que son los siguientes:

---

<sup>2</sup> AHMED, Ismael; Congreso y Catering, organización eventos; Editorial Paraninfo;1999

**Catering aperitivo:** Este servicio tiene una duración de entre 15 a 30 minutos. Se realiza un cálculo de dos bocados por persona.

**Catering coctel:** El horario estimado de realización es de 11 a 13 o de 19 a 21 horas. Se calcula de quince a veinte bocaditos por persona; salados  $2/3$  y dulce  $1/3$ .

**Catering recepción:** Dura aproximadamente tres horas y frecuentemente se realiza a las 20 horas. Se calcula de dieciocho a veinte bocadillos por persona; de los cuales  $2/3$  son salados y  $1/3$  dulces.

**Catering recepción buffet:** Al igual que el anterior, su duración es de tres horas y el horario estimado es a las 20 horas. Pero en este caso, se ofrecen variedades de platos fríos, calientes y guarniciones.

**Catering recepción, comida o banquete:** Se contrata para eventos de larga duración, ya que se calcula este seis y ocho horas y su horario estimado es de 22 horas. En este catering se calculan seis bocaditos para la recepción y luego, en la cena, encontramos la entrada, el plato principal, el postre, un servicio de café, el brindis, la mesa de dulce y el final de la fiesta.

**Catering desayuno de trabajo:** Se calculan entre tres a cinco bocaditos para hora por persona y se puede elegir entre continental o americano, entre otros.

**Catering brunch:** Es la combinación del desayuno y el almuerzo (breakfast- lunch), su horario estimado de servicio es a las 11 horas y su duración aproximada es de una hora y media.

**Catering vernissage:** Se ofrecen dos bocaditos por persona, champagne y vino. Este catering se realiza mayormente en inauguraciones de muestras de pinturas.

**Catering vino de honor:** El horario de servicio de este catering es aproximadamente de 11:30 a 12:30 o de 18:00 a 19:00 horas. Se calculan dos bocaditos por persona y se sirven también, vinos y dulces, como oporto y jerez.

**Catering coffee break:** Se ofrece café, té jugos y bocaditos salados y dulces. Durante 15 y 30 minutos y es básicamente un corte o recreo.

### **1.5.2 CATERING CORPORATIVO<sup>3</sup>**

El catering corporativo es aquel que se da dentro de una empresa al personal que trabaja en la misma, la principal característica es los volúmenes de alimentación servidos diariamente en grandes cantidades, se clasifican los siguientes:

**Catering Aéreo:** Se trata de industrias que preparan en un edificio normalmente separado de las instalaciones del aeropuerto, una serie de alimentos para el consumo de los pasajeros y tripulación que vayan a bordo de aviones.

---

<sup>3</sup> AHMED, Ismael; Congreso y Catering, organización eventos; Editorial Paraninfo;1999

**Catering Ferrocarriles:** Se trata de industrias que preparan en un edificio, normalmente ubicado en una estación de ferrocarril, comida para consumo, a bordo de trenes de diferentes tipos, bien por los usuarios o por los empleados de los mismos.

**Catering Buques:** Se trata de industria que preparan comidas normalmente en edificios situados en los puertos, para consumo por parte de las tripulaciones y pasajeros a bordo de los buques de carga.

**Catering Industriales:** El servicio de alimentación prestado a empresa o industrias en situaciones fuera de lo común como en lugares con dificultad de acceso a zonas urbanas, empresas que operan en zonas selváticas o montañosas, las cuales laboran con horarios corridos de trabajo por lo que requieren todas las comodidades que la alimentación requiera.

A esto se lo denomina catering Industrial ya que las características principales son que en la mayoría de los casos los volúmenes de alimentación servidos diariamente son en grandes cantidades.

## **1.6 CONCEPTO DE CATERING**

Se puede decir que se considera una empresa de Catering a las industrias de elaboración de comida para consumo de colectividad dentro o fuera de un establecimiento, para satisfacer las necesidades de los clientes y sus requerimientos. También es considerado el servicio de alimentación institucional o alimentación colectiva que provee una cantidad determinada de comida y bebida en fiestas, eventos y presentaciones de diversa índole.

## **1.7 CARACTERÍSTICAS DEL NEGOCIO DEL CATERING.**

Dentro de la industria de catering es importante tomar en cuenta las principales características que son:

1. Se menciona la clase de clientes a las cuales se va a dar el servicio por lo cual se sabrá el volumen exacto o al menos aproximado al cual alimentaremos.
2. Se prevé aspectos de volumen necesario de genéricos alimenticios y bebidas, ya que como se maneja la cantidad de personas a las que vamos a brindar el servicio de catering.
3. La compra de materia prima, en este tipo de empresas la compra se la realiza con exactitud y se evita pérdidas o desperdicios ocasionados por sobrantes de la materia prima.
4. El personal que se empleara será el necesario ya que cada uno de ellos sabrá su labor en la empresa son exactitud y no existirá más personal que el necesario debido a que sabremos la cantidad de personas a las brindaremos el servicio de alimentación.

5. La infraestructura y equipamiento tendrán los requisitos sanitarios que exige la ley y contribuirán con los volúmenes de producción. Distinguiendo básicamente: líneas de almacenamiento, líneas de pre elaboración y elaboración tanto de frío como de caliente, líneas de repostería, líneas de servicio y línea de disposición de residuos líquidos y sólidos.
  
6. El proyecto podrá contribuir con una alimentación adecuada para los empleados de la empresa creando menús atractivos y nutricionales que mejoren su calidad de vida.
  
7. Servicio a clientes debe ser directo para conocer de primera mano sus demanda y sin olvidar que el cliente es el eje fundamental del Catering.
  
8. La supervisión es tan importante ya que debemos tener una logística que no se debe dejar a la improvisación, ya que supervisar personalmente la organización y desarrollo de los servicios.

## **1.8 OPERACIÓN DE CATERING<sup>4</sup>**

La operación de Catering tiene entre sus funciones y actividades la realización, creación y organización de eventos para su exitosa ejecución. Esto puede llevar procesos que van

---

<sup>4</sup> BIRCHFLED, John; Manual de Operaciones para el servicio de alimentos, guías para Hoteles y Restaurantes en Instituciones; Editorial Diana; 1986.

de forma directa o indirectamente, y tomar en cuenta los detalles que estos ayudaran a la venta del servicio de Catering.

Ejecutar las operaciones básicas de catering hay que tomar en cuenta la dotación de menaje y su maquinaria adecuada en función al tipo de aprovisionamiento y montaje de géneros elaboraciones culinarios envasadas y materiales diversos del servicio de Catering y disponer de la carga para su transporte, es por esto que se tiene que considerar que los materiales y equipos de montaje de servicio de catering sean: Menaje Reutilizable: cristalería, cubertería, mantelería, vajilla. Menaje Desechable, Equipos tales como trolleys cabinas y cestas.

El proceso de aprovisionamiento y montaje de servicios de catering: Economato y bodega, solicitud y recepción de géneros culinarios, métodos sencillos, documentación y aplicación. Controles de almacenaje, desarrollo del proceso de aprovisionamiento interno de materias primas culinarias.

La seguridad e higiene que se debe llevar dentro de la cocina es muy importante debido a que las condiciones específicas de seguridad que deben reunir los locales, las instalaciones, el mobiliario, los equipos, la maquinaria y de montaje. Los productos de limpieza de uso común, cuáles son sus principales características y las medidas de seguridad.

Es importante considerar que dentro de la organización del Catering, se tomar en cuenta cual va hacer la estructura organizativa del Catering, ya que con esto se colocara las funciones de cada una de las personas que trabajaran dentro de la empresa.

Considerando lo antes expuesto es importante indicar que para la operación del Catering Industrial en la empresa ITAL PRODOTI, necesita que la alimentación del personal que trabaja en la empresa tenga un adecuado servicio, y deben tener un cuidado dietético y nutricional.

Para que el proyecto cumpla con un adecuado servicio de calidad para sus empleados se vio necesario considerar los siguientes puntos:

- Una manipulación adecuada de la dieta puede mejorar significativamente el rendimiento en su trabajo.
- La preparación de los alimentos contará con normas de higiene que cumplan los estándares de calidad.
- Se manejar los procedimientos propios de la actividad, y que estén relacionados con la obtención de alimentos inocuos para los empleados.
- Se contará con gran diversidad de insumos (cárnicos, leguminosos, vegetales, frutas, proteínas etc.)
- Lo más importante es que el servicio que se ofrece será de acuerdo al requerimiento del cliente, y en los tiempos que necesite.

- Contara con programas de control de la manipulación de alimentos, por una parte los conocimientos específicos que debe poseer estos respecto de la responsabilidad que cumple cualquier área de producción.
- El personal debe tener conductas de aseo e higiene para no permitir el contacto de contaminantes propios o de contaminación cruzada con los alimentos, elementos o equipos que se trabajan.
- Se contara un equipamiento e infraestructura adecuado para la realización de los alimentos que cumplan las normas sanitarias.

Las operaciones de Catering se ubican principalmente en sectores y subsectores productivos y de prestación de servicios en los que se desarrollan procesos de catering, como los hoteles, barco e industria.

# **CAPÍTULO II**

## **ESTUDIO DE MERCADO**

## **2.1 DEFINICIÓN DEL MERCADO**

Es el área donde se encuentra la fuerza de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados, el mercado se constituye en el mecanismo básico de asignación de recursos de las economías descentralizadas. El mercado trata de satisfacer las necesidades de los compradores, empresas y clientes por medio de los productos que se oferten. Es por esta razón que este punto es uno de los más críticos, debido a que aquí se define la cuantía de la demanda e ingresos del proyecto.

Es la cuantificación y determinación de la demanda y la oferta consta básicamente del análisis, para la determinación de los precios y cual va hacer el estudio de comercialización que vamos a utilizar para dar a conocer nuestro producto.

## **2.2 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO**

Los principales objetivos para la realización del estudio de mercado son:

- Identificar como está conformado nuestro mercado potencial donde se va a realizar el proyecto.
- Conocer las necesidades que tienen nuestros clientes en alimentación y servicio para obtener los menús adecuados para el personal.
- Conocer los horarios de las personas que trabajan en la empresa para obtener valores nutricionales de acuerdo su tipo y tiempo de trabajo.

- Entender cuáles son los gustos que tiene el cliente en su necesidad alimentaría.
- Identificar que oferta ellos tiene del servicio de alimentación en el sector donde se encuentran ubicados.

### **2.3 SEGMENTO DE MERCADO**

Es el proceso de dividir un mercado total en grupos homogéneos, la esencia de la segmentación de mercado es conocer realmente a los consumidores que tiene necesidades similares. La identificación y elección de los segmentos de mercado plantea el problema de decidir la posición que desea la empresa ocupar en dichos mercados, es decir, elegir un posicionamiento para sus productos o servicios. Los factores fundamentales del éxito son básicamente logra posesionar un producto o servicio en la mente de los clientes.

#### **2.3.1 SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA**

La segmentación geográfica del proyecto será:

Provincia: Pichincha

Ciudad: Quito

El lugar donde se realiza las encuestas es en la empresa ITAL PRODOTTI.

#### **2.3.2 SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA**

En esta segmentación estamos analizando a quien vamos hacer las encuestas.

Edad: 22 años a 33 años

Género: Masculino y Femenino.

### **2.3.3 SEGMENTACIÓN PSICOGRAFÍA**

En esta segmentación, se identificó esta clasificación por el tipo de personas que trabajan en la empresa que tienen un nivel socio económico medio.

## **2.4 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

Se ha planteado que la mejor forma de tener la información correcta es teniendo instrumentos o técnicas de recolección de datos mediante la encuesta. Este método que se utilizará para realizar la investigación será personal es decir que se tendrá contacto directo con los encuestados para poder explicar de mejor manera el fin de la propuesta y poder resolver cualquier inquietud o dudas que tenga.

## **2.5 ESTUDIO DE LA DEMANDA**

### **2.5.1 DEFINICIÓN DE DEMANDA**

Es la cantidad de bienes y servicios que los consumidores desean adquirir en un momento determinado a diferentes precios de mercado para un consumidor o por el conjunto de consumidores.

## 2.5.2 DEMANDA DEL PROYECTO

La demanda del proyecto está dirigido a los empleados que trabajan en la empresa ITAL PRODOTI, el estudio ayudará a verificar la factibilidad de la creación del Catering Industrial en la empresa, para satisfacer las necesidades de alimentación que tienen los empleados y lograr mejorar rendimiento dentro de sus lugares de trabajo.

## 2.6 DISEÑO Y TAMAÑO DE LA MUESTRA.

El cálculo del tamaño de la muestra se ha realizado con un 5% de margen de error y para ello se utiliza la siguiente fórmula.

El diseño y tamaño de la muestra realizan de acuerdo a la siguiente fórmula:

**n**= Tamaño de la muestra.

**k**= Nivel de confianza al 95% (1.96)

**N**= Universo o Población (200)

**P**= Probabilidad de éxito (0.5)

**Q**= Probabilidad de fracaso (0.5)

**e**= Porcentaje de error 5% (0.05)

$$n = \frac{K^2 \times N \times P \times Q}{e^2 \times (N-1) + K^2 (P \times Q)}$$

$$n = \frac{1.96^2 \times 200 \times 0,5 \times 0,5}{(0,05)^2(200-1)+1,96^2(0,5 \times 0,5)}$$

$$n = \frac{3,84 \times 200 \times 0,5 \times 0,5}{\quad}$$

$$(0,0025) (199) + 3,84 (0,25)$$

$$192$$

$$n = \frac{\quad}{1.46}$$

$$n = 134$$

### 2.6.1 ENCUESTA CLIENTES

1. ¿Suele ir usted a comer en los restaurantes que se encuentran ubicadas en el sector?

SI ( ) NO ( )

2. ¿Cómo califica la calidad en el servicio de los restaurantes que se encuentran ubicados en el sector?

Excelente ( ) Bueno ( ) Regular ( ) Malo ( )

3. ¿Cómo califica la calidad en los productos alimentarios que usted consumo en los restaurantes del sector?

Excelente ( ) Bueno ( ) Regular ( ) Malo ( )

4. ¿El servicio del restaurante satisface sus necesidades?

Siempre ( ) Con frecuencia ( ) Habitualmente ( ) Pocas veces ( ) Nunca ( )

5. ¿Cuál es el precio promedio que paga por las comidas?

1.5 a 2.0 ( ) 2.2 a 2.5 ( ) 2.5 a 3 ( )

6. ¿Cuánto tiempo dedica usted para comer?

30 min. ( ) 45 min. ( ) 45 a mas ( )

7. ¿Cuál alternativa esta en mayor cantidad en su alimentación diaria?

Grasas ( ) Carbohidratos ( ) Proteínas ( )

8. ¿Señale una de las siguientes alternativas que en su criterio es tener una alimentación sana?

Comer cosas que me gustan ( )

Comer alimentos que nos mantenga delgados ( )

Comer alimentos que nos ayuden a realizar las actividades y mejoren las actividades del cuerpo. ( )

9. ¿Qué tipo de desayuno prefiere?

Sencillo (Café, pan, jugo, huevo) ( )

Reforzado (Café, pan, juego, plato fuerte) ( )

10. ¿El menú en el almuerzo debe tener?

Sopa, plato fuerte, jugo, postre ( )

Plato fuerte, jugo y postre ( )

Plato fuerte, jugo ( )

11. ¿Qué bebida prefiere en las comidas?

Jugo de frutas ( )

Gaseosas ( )

Agua ( )

Te helado ( )

Bebidas de fantasía ( )

## 2.6.2 TABULACIÓN, DIAGRAMA Y ANÁLISIS DE ENCUESTAS A CLIENTES.

### PREGUNTA 1

¿Suele ir usted a comer en los restaurantes que se encuentran ubicadas en el sector?

#### 1.1 TABULACIÓN

**TABLA 2**

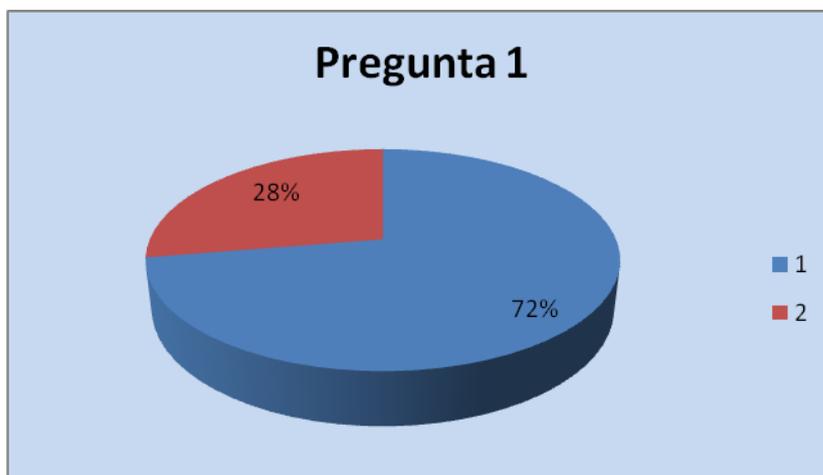
Pregunta 1	No	%
SI	97	72%
NO	37	28%
100%	134	100%

FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Teresa Ruales

#### 1.2 DIAGRAMA

**GRÁFICO 1**



FUNTE: Tabulación

ELABORADO POR: Teresa Ruales

#### 1.3 INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

El 72% de los encuestados comen en restaurantes ubicados por el sector y el 28% restante de las personas encuestadas no comen en los restaurantes del sector.

## PRENGUNTA 2

¿Cómo califica la calidad en el servicio de los restaurantes que se encuentran ubicados en el sector?

### 2.1 TABULACIÓN

**TABLA 3**

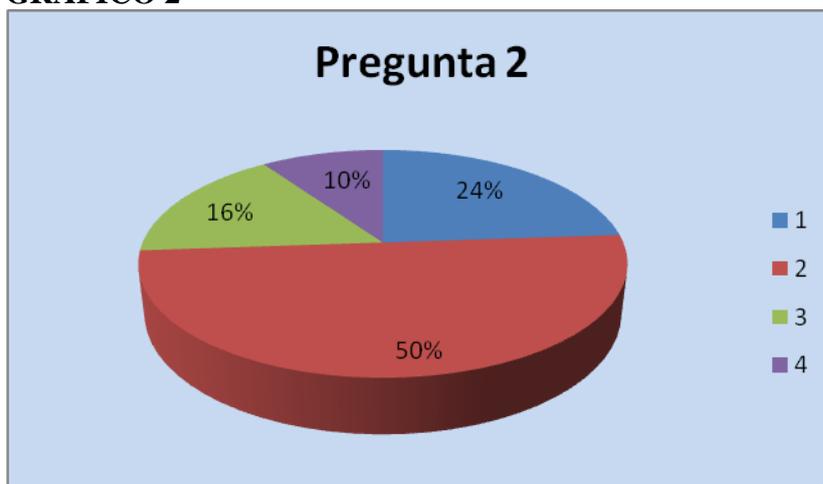
Pregunta 2	No	%
Excelente	32	24%
Bueno	67	50%
Regular	22	16%
Malo	13	10%
100%	134	100%

**FUENTE:** Encuestas

**ELABORADO POR:** Teresa Ruales

### 2.2 DIAGRAMA

**GRÁFICO 2**



**FUNTE:** Tabulación

**ELABORADO POR:** Teresa Ruales

## 2.3 INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

El 50% de los encuestados califica la calidad del servicio como bueno, el 24% de los encuestados lo califica como excelente, el 16% de los encuestados lo califica como regular y el 10% restante de los encuestados lo califica como malo.

### PREGUNTA 3

¿Cómo califica la calidad en los productos alimentarios que usted consumo en los restaurantes del sector?

#### 3.1 TABULACIÓN

**TABLA 4**

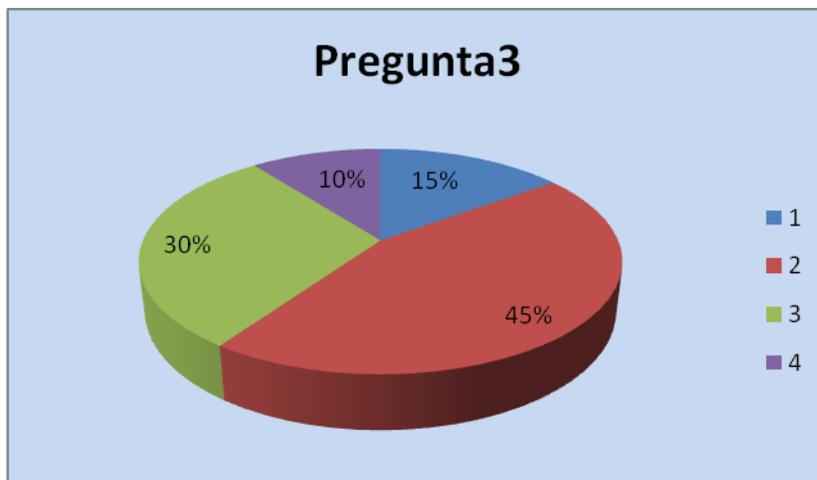
Pregunta 3	No	%
Excelente	20	15%
Bueno	60	45%
Regular	40	30%
Malo	14	10%
100%	134	100%

**FUENTE:** Encuestas

**ELABORADO POR:** Teresa Ruales

### 3.2 DIAGRAMA

**GRÁFICO 3**



**FUNTE:** Tabulación

**ELABORADO POR:** Teresa Ruales

### 3.3 INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

El 45% de los encuestados califica la calidad de los productos alimenticios como bueno, el 30% de los encuestados los califica como regular, el 15% de los encuestados los califica bueno y el 10% restante de los encuestados los califica como malo.

### PREGUNTA 4

¿El servicio del restaurante satisface sus necesidades?

#### 4.1 TABULACIÓN

**TABLA 5**

Pregunta 4	No	%
Siempre	30	22%
Con Frecuencia	61	46%

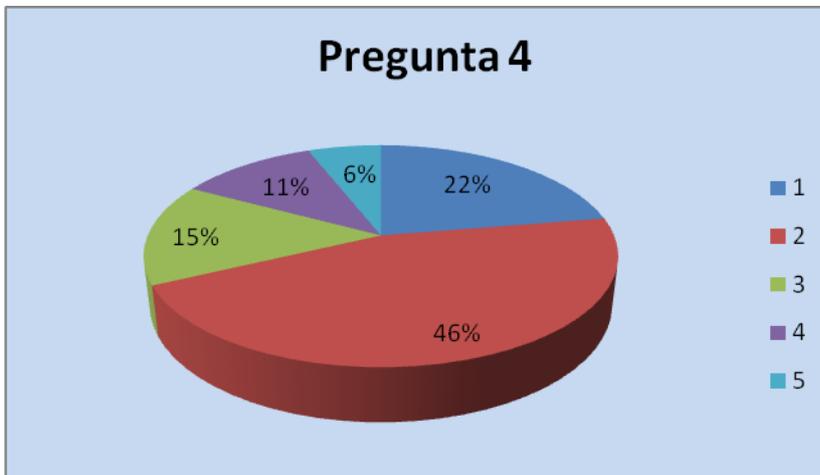
Habitualmente	20	15%
Pocas veces	15	11%
Nunca	8	6%
100%	134	100%

**FUENTE:** Encuestas

**ELABORADO POR:** Teresa Ruales

#### 4.2 DIAGRAMA

#### GRÁFICO 4



**FUNTE:** Tabulación

**ELABORADO POR:** Teresa Ruales

#### 4.3 INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

El 46% de los encuestados con frecuencia le satisface el servicio de restaurante, el 22% de los encuestados siempre les satisface el servicio de restaurante, el 15% de los encuestados habitualmente le satisface el servicio de restaurante, el 11% de los encuestados pocas veces le satisface el servicio de restaurante y el 6% restante de los encuestados nunca les satisface el servicio de restaurante.

## PREGUNTA 5

¿Cuál es el precio promedio que paga por las comidas?

### 5.1 TABULACIÓN

**TABLA 6**

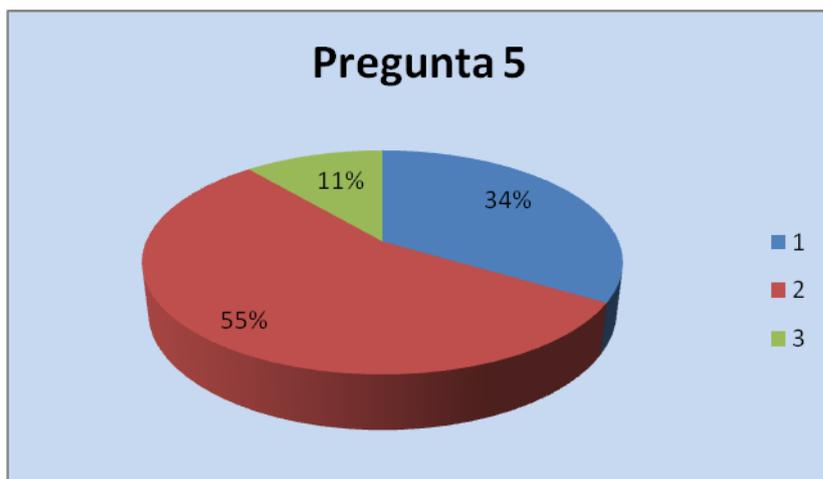
Pregunta 5	No	%
1,5 a 2,0	45	34%
2,2 a 2,5	74	55%
2,5 a 3	15	11%
100%	134	100%

**FUENTE:** Encuestas

**ELABORADO POR:** Teresa Ruales

### 5.2 DIAGRAMA

**GRÁFICO 5**



**FUNTE:** Tabulación

**ELABORADO POR:** Teresa Ruales

### 5.3 INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

El 55% de los encuestados pagan \$2.2 a \$2.5 por las comidas, el 34% de los encuestados pagan \$1.5 a \$2 por las comidas y el 11% restante de los encuestados pagan \$2.5 a \$3 por las comidas

#### PREGUNTA 6

¿Cuánto tiempo dedica usted para comer?

#### 6.1 TABULACIÓN

**TABLA 7**

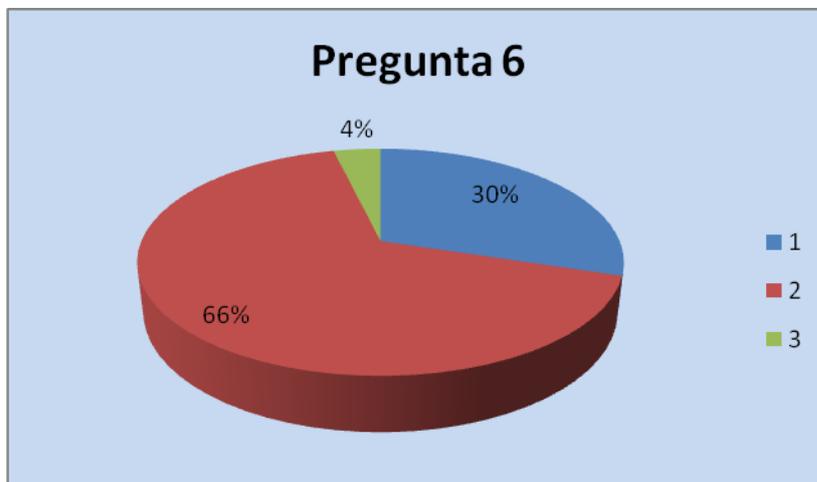
Pregunta 6	No	%
30 min	40	30%
45 min	89	66%
45 a mas	5	4%
100%	134	100%

**FUENTE:** Encuestas

**ELABORADO POR:** Teresa Ruales

## 6.2 DIAGRAMA

### GRÁFICO 6



FUNTE: Tabulación

ELABORADO POR: Teresa Ruales

## 6.3 INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

El 66% de los encuestados dedica 45 minutos para comer, el 30% de los encuestados dedica 30 minutos para comer y el 4% restante de los encuestados dedica 45 minutos para comer.

### PREGUNTA 7

¿Qué tipo de alimentos prefiere usted, tomando en cuenta que sigue su jornal de trabajo?

#### 7.1 TABULACIÓN

**TABLA 8**

Pregunta 7	No	%
Carnes	60	45%
Carbohidratos	43	32%
Ensaladas	13	10%
Proteínas	13	10%

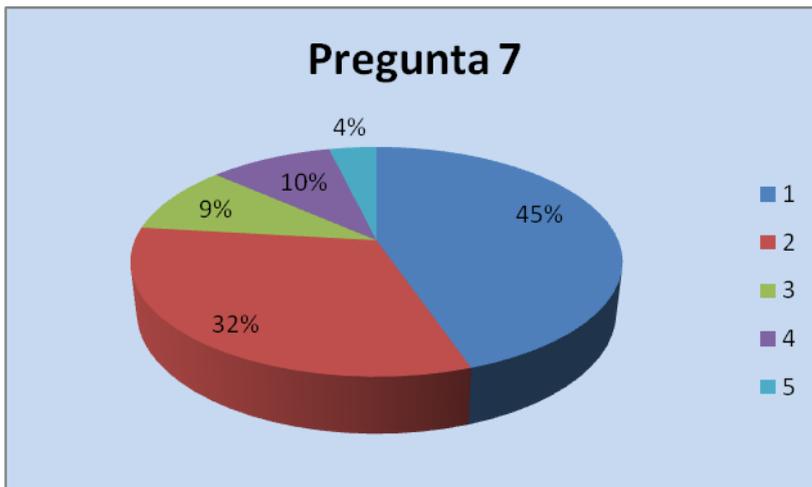
Grasas	5	4%
100%	134	100%

FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Teresa Ruales

## 7.2 DIAGRAMA

### GRÁFICO 7



FUNTE: Tabulación

ELABORADO POR: Teresa Ruales

## 7.3 INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

El 45% de los encuestados prefiere comer carne para seguir su jornada de trabajo, el 32% de los encuestados prefiere comer carbohidratos para seguir su jornada de trabajo, el 10% de los encuestados prefiere comer ensaladas y proteínas para seguir con su jornada de trabajo, el 4% restante de los encuestados prefiere comer grasas para seguir su jornada de trabajo.

## PREGUNTA 8

¿Señale una de las siguientes alternativas que en su criterio es tener una alimentación sana?

### 8.1 TABULACIÓN

**TABLA 9**

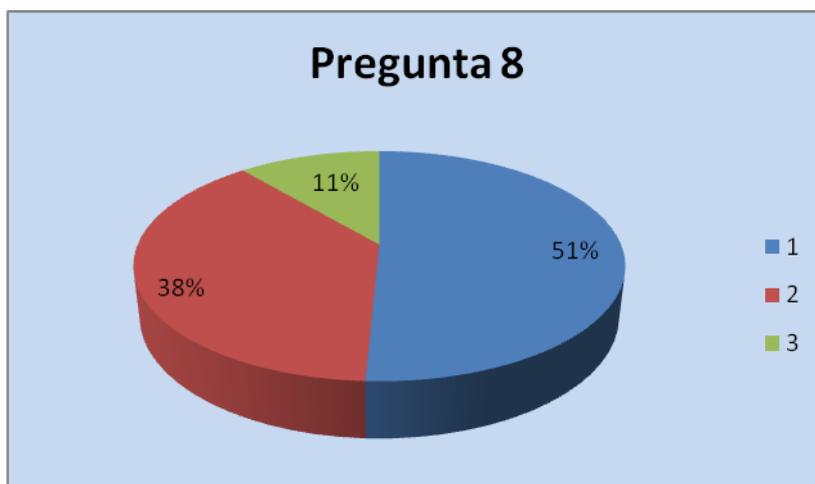
Pregunta 8	No	%
Comer cosas que me gustan	68	51%
Comer alimento que nos mantengan delgados	51	38%
Comer alimentos que nos ayuden a realizar las actividades y mejoren las actividades del cuerpo	15	11%
100%	134	100%

**FUENTE:** Encuestas

**ELABORADO POR:** Teresa Ruales

### 8.2 DIAGRAMA

**GRÁFICO 8**



**FUNTE:** Tabulación

**ELABORADO POR:** Teresa Ruales

### 8.3 INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

El 51% de los encuestados considera que comer cosas que les gusta es comer sano, el 38% de los encuestados considera que comer alimentos que nos mantengan delgados es comer sano y el 11% restante de los encuestados considera que comer alimentos que nos ayuden a realizar las actividades y mejoren las actividades del cuerpo es comer sano.

#### PREGUNTA 9

¿Qué tipo de desayuno prefiere?

#### 9.1 TABULACIÓN

**TABLA 10**

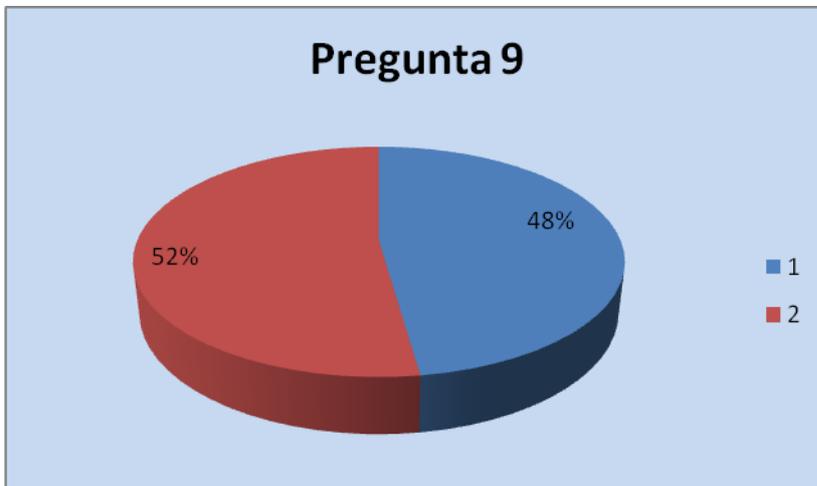
Pregunta 9	No	%
Sencillo	64	48%
Reforzado	70	52%
100%	134	100%

**FUENTE:** Encuestas

**ELABORADO POR:** Teresa Ruales

## 9.2 DIAGRAMA

**GRÁFICO 9**



**FUNTE:** Tabulación

**ELABORADO POR:** Teresa Ruales

## 9.3 INTERPRETACIÓN Y ANÁLISI

El 52% de los encuestados prefiere comer un desayuno reforzado y el 48% de los encuestados prefiere comer un desayuno sencillo.

## PREGUNTA 10

¿El menú en el almuerzo debe tener?

### 10.1 TABULACIÓN

**TABLA 11**

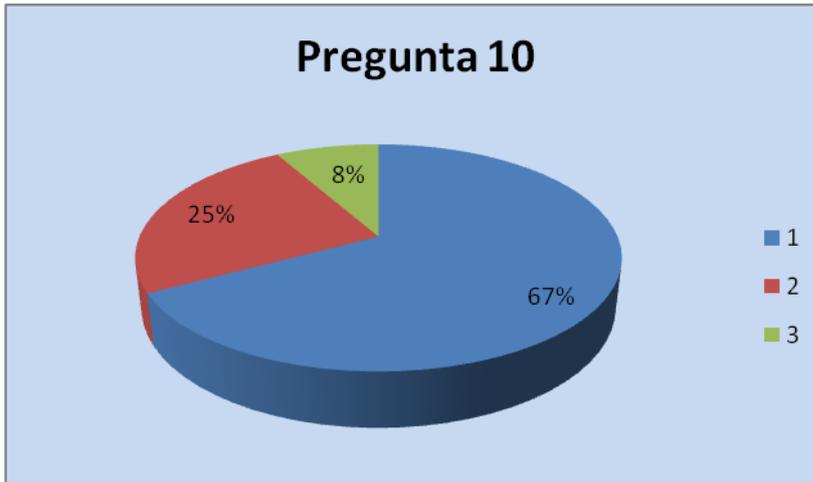
Pregunta 10	No	%
Sopa, plato fuerte, jugo y postre	90	67%
Plato fuerte, jugo y postre	33	25%
Plato fuerte y jugo	11	8%
100%	134	100%

**FUENTE:** Encuestas

**ELABORADO POR:** Teresa Ruales

## 10.2 DIAGRAMA

**GRÁFICO 10**



**FUNTE:** Tabulación

**ELABORADO POR:** Teresa Ruales

## 10.3 INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

El 67% de los encuestados prefiere comer en el almuerzo sopa, plato fuerte, jugo y postre, el 25% de los encuestados prefiere comer en el almuerzo plato fuerte, jugo y postre, y el 8% restante de los encuestados prefiere comer plato fuerte y jugo.

## PREGUNTA 11

¿Qué bebida prefiere en las comidas?

### 11.1 TABULACIÓN

**TABLA 12**

Pregunta 11	No	%
Jugo de Frutas	60	45%
Gaseosas	55	41%

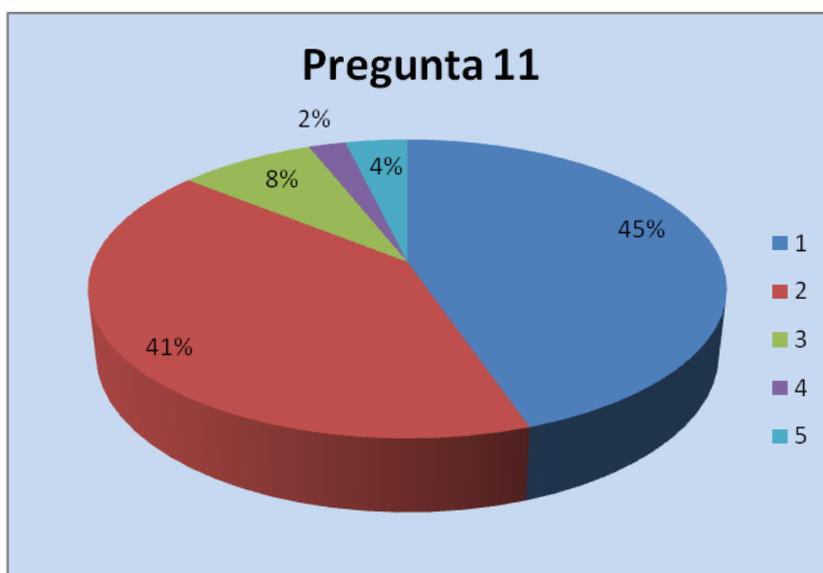
Agua	11	8%
Te helado	3	2%
Bebidas de fantasía	5	4%
100%	134	100%

FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Teresa Ruales

## 11.2 DIAGRAMA

### GRÁFICO 11



FUNTE: Tabulación

ELABORADO POR: Teresa Ruales

## 11.3 INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

El 45% de los encuestados prefiere tomar jugo de frutas en las comidas, el 41% de los encuestados prefiere tomar gaseosas en las comidas, 8% de los encuestados prefiere tomar agua en las comidas, el 4% de los encuestados prefiere tomar bebidas de fantasía en las comidas, el 2% restante de los encuestados prefiere tomar té helado en las comidas.

## **2.7 ESTUDIO DE LA OFERTA**

### **2.7.1 DEFINICIÓN**

Oferta se define como la propuesta de ejecutar o dar algo que los productores esta dispuestos a ofrecer a diferentes precios y condiciones dadas para la compra o servicio que sea en un determinado momento.

### **2.7.2 OFERTA DEL PROYECTO**

El proyecto tiene como objetivo ofrecer el servicio de alimentación para el personal que trabaja en la empresa ITAL PRODOTTI, para ello se realizó la encuestas donde los resultados que fueron arrojados nos ayudarán establecer las necesidades que tiene la empresa en cuanto a la alimentación del personal.

## **2.8 PROVEEDORES**

En la actualidad el país cuenta con una gran producción de materia prima e insumos para la elaboración y producción de alimentos y bebidas, la empresa no es la excepción ya que a la hora de adquirir insumos para la producción y elaboración de alimentos y bebidas, para la cual vamos a exigir parámetros y normas de calidad en sus productos para que puedan formar parte de cadena de alimentos seguros que se entregar a los consumidores finales.

Existen proveedores en la actualidad que ponen restricciones a las necesidades de las empresas, como son el otorgamiento de crédito, la calidad de pedido el stock que ofrecen entre otras, Entre los principales proveedores que se analizó para el proyecto los más importantes son:

- DIPOR S.A.
- Kiosko
- Pronaca.
- Frozen Tropic

## **2.9 ANÁLISIS EXTERNO DEL MACRO AMBIENTE**

Para el estudio del macro ambiente es necesario se examinen los siguientes factores, económico, político, sociocultural, demográfico.

### **2.9.1 FACTOR ECONÓMICO**

Para conocer la incidencia de este factor es necesario tomar en cuenta los siguientes aspectos: balanza comercial, PIB, inflación, deuda externa, presupuesto del estado los cuales permiten conocer la incidencia y efecto de esos en la empresa PRO SERVICE.

#### **2.9.1.1 BALANZA COMERCIAL**

La Balanza Comercial se define como la diferencia que existe entre el total de las exportación menos el total de la importaciones que se llevan a cabo en el país.

#### **2.9.1.2 PIB**

Es el valor de los productos y servicio producidos en el territorio de un país en un tiempo determinado.

### **2.9.1.3 INFLACIÓN**

La inflación se define como un proceso de elevación continua y sostenida del nivel general de precios en una economía, a lo que es lo mismo un descenso continuo en el valor del dinero. El dinero pierde valor cuando no se puede comprar la misma cantidad de bienes que con anterioridad se lo hacía.

### **2.9.1.4 DEUDA EXTERNA.**

Es la suma de obligaciones de que tiene un país con respecto a otros.

### **2.9.1.5 FACTOR POLÍTICO**

Las características peculiares de la cultura política ecuatoriana han sido un factor desencadenante del desprestigio de las instituciones democráticas.

Paralelamente a estos factores deben añadirse el peso de las relaciones redes y estructuras que se han constituido en mecanismos generalizados legítimos de vinculación e intercambio político, que al ir más allá de las coyunturas electorales ha penetrado a la totalidad del sistema político.

El presentar una inestabilidad política tendría consecuencias negativas ya que esto afecta a sectores de producción y las inversiones nacionales e extranjeras se ven seccionadas a raíz de este factor.

### **2.9.1.6 FACTOR SOCIO CULTURAL**

Las costumbres del hombre han cambiado considerablemente con el tiempo. La inestabilidad en el mercado laboral, y el necesario proceso de autoformación, propician el que las personas se vuelvan cada vez más individualistas y estén cada vez más tiempo fuera de sus hogares y más tiempo en sus trabajos.

A consecuencia de todo ello, las personas tienen cada vez menos tiempo en sus trabajos, por lo que hacen lo necesario un alimento seguro y a tiempo.

**CAPÍTULO III**  
**PLAN DE MARKETING**

### **3.1 INTRODUCCIÓN**

Para establecer el plan de Marketing dentro de la empresa se establecerá plan estratégico para poder establecer los productos y servicios que se van a ofrecer.

### **3.2 OBJETIVOS DE MARKETING**

- Conocer las necesidades que tienen los empleados de la empresa ITAL PRODOTI para alcanzar la satisfacción.
- Lograr posesionar en la mente de los empleados el servicio de Catering Industrial.
- Establecer la forma más eficiente para llegar a los empleados y convencerlos del servicio de la empresa.
- Determinar los factores de comportamiento de la competencia.
- Identificar el mejor atributo de nuestro producto.
- Conocer la posición de los competidores en función a ese atributo.
- Decidir nuestra estrategia en función de las ventajas competitivas.
- Comunicar el posicionamiento al mercado a través de la publicidad.

Estrategias

### **3.3 ESTRATÉGIAS DE MARKETING**

Las estrategias de marketing también conocidas como estrategias comerciales, consisten en acciones que se llevan a cabo para lograr un determinado objetivo relacionado con el marketing.

El diseño de las estrategias de marketing es una de las funciones de marketing. Para poder diseñar las estrategias, en primer lugar, se analizará el público objetivo para que, en base a dicho análisis, se diseñe estrategias que se encarguen de satisfacer las necesidades o deseos, o aprovechar sus características o costumbres.

Para diseñar las estrategias de marketing, se tomará en cuenta la competencia y por otros factores tales como la capacidad y la inversión, para una mejor gestión de las estrategias destinadas a cuatro aspectos o elementos de un negocio: estrategias de producto, para el precio, para la plaza o distribución, y estrategias para la promoción o comunicación.

La estrategia de marketing son planes que especifican el impacto que una empresa espera tener sobre la demanda de un producto o servicio en el mercado objetivo. Por esta razón la estrategia que se abordará estará basada en la diferencia de los productos y servicios mediante la promoción, publicidad, precio, en relación a las características del servicio que ofrece la competencia. También se tomará en cuenta la introducción del servicio en la mente del consumidor.

Existen cuatro estrategias de marketing fundamentales que en muchas empresas las usan: penetración de mercado, desarrollo de mercado, desarrollo de producto y diversificación de productos.

### **3.3.1 VENTAJAS COMPETITIVAS DEL PROYECTO**

Este proyecto se diferencia de sus competidores por las siguientes ventajas competitivas:

- Se utilizará materia prima de alta calidad.
- Se Manejará procedimientos propios de la industria entre los más importantes se encuentra los de higiene para la manipulación de alimentos y su preparación.
- Se elaborará un menú de acuerdo al tipo de trabajo que se llevará a cabo en la empresa ITAL PRODOTTI.
- El servicio que se ofrecerá en la empresa cumplirá con los requerimientos del cliente en cuanto a tiempos y calidad.

### **3.3.2 ESTRATÉGIAS DE POSICIONAMIENTO.**

Es el arte de diseñar la oferta y la imagen de la empresa de modo que ocupen un lugar distintivo en la mente del mercado meta, es importante indicar también que es la concepción del producto y su imagen cuando se compará con el resto de productos de los competidores además indica lo que los consumidores piensas sobre los productos y marcas que existen en el mercado<sup>5</sup>. Hay que tomar en cuenta que el posicionamiento exige que todos los aspectos tangibles de producto, plaza, precio y promoción apoyen la estrategia de posicionamiento que se escoja. Para competir a través del posicionamiento existen 2 alternativas estratégicas:

- Fortalecer la posición actual en la mente del consumidor

---

<sup>5</sup> PHILIP KOTLER, Gary Armstrong; Fundamentos de Marketing; Editorial Pearson Prentice Hall; 2003

- Apoderarse de la posición desocupada.

Se ha pensado que la mejor estrategia de posicionamiento es la posición desocupada, ya que ofreceremos al personal de la empresa ITAL PRODOTTI, un servicio de alimentación con altos estándares de calidad tomado en cuenta sus necesidades.

### **3.4 PRODUCTO<sup>6</sup>**

El producto es el bien o servicio que ofrece o vende a los consumidores, existen algunas estrategias que podrían diseñarse, relacionadas al producto y son las siguientes:

- Ampliar nuestra línea de productos, como aumentar el menú, mejorar el servicio entre otras características.
- Incluir servicio al cliente, que le brinde al cliente la confianza de disfrutar de una manera adecuada el producto.
- Mejorar constantemente el producto que estamos ofreciendo al cliente.

De acuerdo a estas estrategias se ha pensado que el producto que se está ofreciendo a los empleados es la alimentación por ello, se innovará cada día y analizando cuales son las mejores alternativas que se va a ofrecer a los clientes, comenzando con el servicio haciéndolo personalizado, para la elaboración de los menús se va adquirir materia prima de calidad, se contará con un personal capacitado que cumplan con los estándares que estamos buscando.

---

<sup>6</sup> SCHIFFMAN, León G. y Lazar Kanuk Leslie. Comportamiento Del Consumidor. 8° Edición. México: Ed. Pearson Educación; 2005

Se requiere imaginación e ingenio para planear una variedad de comidas que sean aceptadas por los empleados, tomando en cuenta, el color, la textura, la composición, la combinación y la textura del alimento deben ser consideradas elementos importantes al momento de la elaboración de los alimentos.

### 3.4.1 LOGOTIPO DE LA EMPRESA L'ALIMENT SÛR

#### GRÁFICO 12

**L'ALIMENT SÛR**



ELABORADO POR: Teresa Ruales

### 3.5. PROMOCIÓN<sup>7</sup>

La promoción es la mezcla específica de publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas y ventas personales que utilizan las compañías para alcanzar sus objetivos planteados.

De acuerdo a lo explicado se considera que el tipo promoción que se utilizará para dar a conocer los servicios y productos son las Relaciones Públicas. Y como el proyecto está enfocado a los empleados de la empresa ITAL PRODOTI, Lo que se quiere alcanzar es la satisfacción total de los empleados en cuanto al servicio que se va a prestar, para ello la mejor forma es conversando directamente con los empleados, conociendo de esta manera sus necesidades en cuanto a la satisfacción del producto.

**Relaciones Públicas:** la creación de buenas relaciones con los diversos públicos de una compañía, la creación de una buena imagen de corporación.

Las herramientas fundamentales que se a utilizará serán las siguientes:

- Colocar un buzón de sugerencias.
- Realizar encuestas a los empleados sobre cómo se encuentra el producto y servicio.
- Se tendrán reuniones con los directivos de la empresa para saber como ellos encuentran los productos y servicio.

---

<sup>7</sup> SCHIFFMAN, León G. y Lazar Kanuk Leslie. Comportamiento Del Consumidor. 8° Edición. México: Ed. Pearson Educación; 2005

### 3.6 PRECIO<sup>8</sup>

El precio es el valor monetario que se asigna a los productos al momento de ofrecerlos a los consumidores. La estrategia de precio es un conjunto de principios, rutas, directrices y límites fundamentales para la fijación de precios inicial y a lo largo del ciclo de vida del producto, con lo cual, se pretende lograr los objetivos que se persiguen con el precio, al mismo tiempo que se mantiene como parte de la estrategia de posicionamiento general.

El propósito fundamental de precio es establecer los objetivos para fijar los mismos por medio de parámetros que permitan mover los niveles de precios del producto, siempre en función de los objetivos y las estrategias que estemos utilizando, también es importante indicar que el precio se fija no solo por el coste sino fundamentalmente por los objetivos de marketing que se han establecido.

Otro punto importante que se toma en cuenta es que para determinar los precios se debe considerar el mercado y como se encuentra la demanda asociada a niveles de precios y luego los precios de la competencia de productos similares y con los resultados que arroja la encuesta se realizó en el estudio de mercado.

Los precios no producirán repercusiones en los futuros clientes al momento de adquirir los productos debido a que se encuentra dentro de los precios del mercado.

Algunas estrategias que podemos diseñar para definir los precios son:

---

<sup>8</sup> HAWKINS, Del I et al. Comportamiento del Consumidor. Construyendo estrategias de marketing. 9<sup>o</sup> Edición. México: Ed. Mc Graw Hill; 2004

- Cuando el producto ofrezca beneficios que atraigan a los compradores por lo que estén dispuestos a pagar.
- Si el número de clientes potenciales dispuestos a consumir o adquirir el producto a un precio adecuado.
- Cuando los costes de elaboración se pueden disminuir a medida que aumenta el volumen de producción.
- Conociendo los precios que están manejando la competencia.

La forma más adecuada que se analiza para tener los mejores precios, conservando su calidad en la alimentación y en el servicio, es teniendo información y la mejor forma es el contacto con cada uno de los clientes, después de haber obtenido la información se establecerá el precio adecuado para ofrecer el servicio de alimentación.

El precio de los productos se estableció de acuerdo a los precios de la competencia, la receta estándar y el estudio socio-económico del segmento de mercado al que pretende llegar.

### **3.7 PLAZA<sup>9</sup>**

En este caso se define dónde comercializar el producto o el servicio que se le ofrece. Considera el manejo efectivo del canal de distribución, debiendo lograrse que el producto llegue al lugar adecuado, en el momento adecuado y en las condiciones adecuadas.

---

<sup>9</sup> HAWKINS, Del I et al.. Comportamiento del Consumidor. Construyendo estrategias de marketing. 9ª Edición. México: Ed. Mc Graw Hill; 2004

La propuesta de estudio de factibilidad de la empresa de catering que se desarrollará en la provincia de Pichincha, ciudad de Quito, en la empresa ITAL PRODOTI.

Este tipo de empresas utilizan un canal de distribución muy corto, es decir que no necesita muchos intermediarios ya que se utiliza una estrategia de marketing directo.

### **3.8 CANALES DE DISTRIBUCIÓN**

Se define como aéreas económicas totalmente activas, a través de las cuales el fabricante coloca sus productos o servicios en manos del consumidor final.

El canal de distribución representa un sistema interactivo que implica a todos los componentes del mismo: fabricante, intermediario y consumidor. Según sean las etapas de propiedad que recorre el producto o servicio hasta el cliente, así será la denominación del canal.

Los canales de distribución también consisten en la selección de los lugares o puntos de venta en donde se venderán u ofrecerán los productos a los consumidores, así como en determinar la forma en que los productos serán trasladados hacia estos lugares o puntos de venta. Algunas estrategias que se aplicará, relacionadas a la plaza o distribución son:

La estructuración de los diferentes canales de distribución son las siguientes:

- **Directo:** es aquel donde el fabricante vende o distribuye su producto o servicio al consumidor final.

Directo: Fabricante -----→ Consumidor.

- **Indirecto:** es aquel donde el fabricante vende o distribuye su producto o servicio a un intermediario y este a su vez lo vende al consumidor final.

Indirecto: Fabricante -----→ Intermediario -----→ Consumidor.

Muchas empresas cuando deciden usar los canales de distribución estudian cual será la mejor opción, como la empresa ITAL PRODOTI cuenta con 200 empleados, por la cantidad de empleados vamos a usar el canal de distribución de forma directa.

### 3.9. ANÁLISIS FODA

Es la sigla usada para referirse a una herramienta analítica que le permitirá trabajar con toda la información que posea sobre su negocio, útil para examinar sus Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

El análisis FODA debe enfocarse solamente hacia los factores claves para el éxito de su negocio. Debe resaltar las fortalezas y las debilidades diferenciales internas al compararlo de manera objetiva y realista con la competencia y con las oportunidades y amenazas claves del entorno.

Filtrados los datos sólo nos queda clasificarlos. Aplicando el sentido común, para construir una matriz con dos dimensiones (dentro/fuera, bueno/malo):

**TABLA 13**

	Positivas	Negativas
Exterior	Oportunidades	Amenazas
Interior	Fortalezas	Debilidades

**ELABORADO POR:** Teresa Ruales

Especificaremos cuales son las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de este proyecto:

### **3.9.1. FORTALEZAS**

- Alta capacidad de la directiva de la gerencia.
- Calidad en el producto
- Servicio de excelencia e innovador
- Asepsia en la preparación de los productos.
- Personal capacitado
- Infraestructura adecuada
- Tecnología de punta

### **3.9.2 OPORTUNIDADES**

- Conocimiento de nuevas aéreas para el catering.
- Recurso Humano disponible.
- Nuevos mercados sin explotar.
- Disponibilidad para atender diferentes mercados

### **3.9.3 DEBILIDADES**

- Concentración en las responsabilidades.
- Falta de aceptación de los clientes por el producto.
- No cumplir con la satisfacción del cliente.
- 

### **3.9.4 AMENAZAS**

- Nuevos competidores con costos mas bajos
- Cambio en las necesidades de los clientes

**CAPÍTULO IV**  
**ESTUDIO TECNICO**

## 4.1. DEFINICIÓN

El estudio técnico en un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento a la operatividad del mismo.

## 4.2. OBJETIVOS

- Verificar los productos que se a usaran la el menú.
- Señalar los equipos y las instalación necesaria para el proyecto
- Determinar el lugar donde llevará a cabo el proyecto.

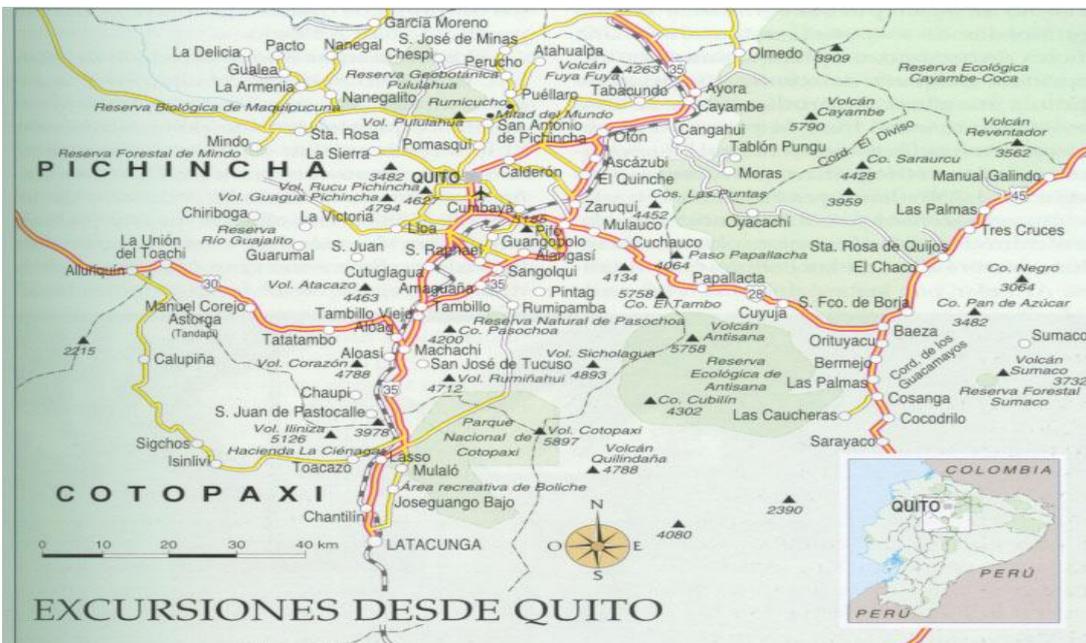
## 4.3 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.

El proyecto se llevara a cabo en el siguiente lugar:

### 4.3.1 MACRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

La localización de la empresa del catering industrial estará ubicado en la Provincia de Pichincha, en la ciudad de Quito en el sector norte de la mencionada ciudad.

## GRÁFICO 13



FUENTE: GOOGLE MAP

### **4.3.2 MICRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO**

La localización del proyecto será en las instalaciones de la empresa ITAL PRODOTTI, la cual se encuentra ubicada en la Panamericana Norte Km 7, en la calle Francisco García y José Larrea.

#### **GRÁFICO 14**



### **4.4 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO**

El tipo de servicio que vamos a ofrecer es tipo buffet esto se refiere a la presentación de comida en grandes cantidades en una línea de servicio self service, donde el personal del catering servirá los alimentos a los empleados de la empresa ITAL PRODOTTI.

Se ofrecerán las dos comidas al día (desayuno, almuerzo) para los empleados en laboran en la empresa.

### **4.5 DESCRIPCIÓN DE LAS ÁREAS DEL PROYECTO**

El proyecto constara con diferentes áreas las cuales son:

- Administrativa

- Operativa

Estas áreas nos ayudaran a que el catering Industrial cumplan de forma adecuada todos los procesos de calidad y control que se necesitan en esta industria.

#### **4.5.1 ADMINISTRATIVA**

El área administrativa manejará toda la parte financiera, el talento humano, mantenimiento de la empresa.

#### **4.5.2 OPERATIVA**

El área operativa es el ente encargado de garantizar el funcionamiento operativo brindando al cliente un servicio que cumpla con los procedimientos y estándares de seguridad alimentaria y satisfacción al cliente establecidos por la empresa y los requerimientos específicos de cada cliente. la encargada de la producción, calidad, el servicio.

El área operativa cuenta con las siguientes áreas:

##### **4.5.2.1 BODEGA Y CUARTOS FRIO**

La bodega y cuarto frio es el lugar donde almacenaremos la materia prima en condiciones que impidan el deterioro, eviten la contaminación y reduzcan al mínimo su daño o alteración. La rotación debe ser periódica y adecuada, aplicando el sistema PEPS que significa Lo primero que entra es lo primero que sale.

#### 4.5.2.2 COCINA

La cocina es el espacio físico adecuado con características específicas para la preparación de alimentos en cantidades masivas, se define como lugar o ambiente que está destinado fundamentalmente a la preparación de dichos alimentos.

#### 4.5.2.3 COMEDOR

Es el espacio físico donde se puede encontrar mesa y sillas además del self service todo esto destinado al servicio del cliente.

### 4.6 TECNOLOGÍA Y EQUIPOS

El proyecto considera indispensable contar con un buen equipamiento para que al momento de la elaboración de los alimentos lo puedan hacer con altos estándares de calidad.

#### 4.6.1 ESPECIFICACIONES DE TECNOLOGÍA Y EQUIPOS DE COCINA

La tecnología y equipos que se utilizará son los siguientes:

**TABLA 14**

	ARTÍCULO	CANTIDAD
Equipos de Cocina	Cocina Industrial de 4 quemadores	1
	Cocina Industrial de 2 quemadores	1
	Termokin para cuarto frio	1
	Cuarto frio	1
	Refrigerador	1
	Licuadaora semi-industrial	2
	Lavadora industrial	1
	Balanza Digital	1
	Bandeja de acero inoxidable de 4" profundidad	4
	Freidora	1
	Horno Industrial 4 latas	1
	Microondas	1
	Plancha	1

	Mesas de acero inoxidable	3
Utensilios de cocina	Ablandador de carne	1
	Abridor de latas	1
	Afilador	2
	Balanza	2
	Batidor de barrilla grande	1
	Batidor de barrilla mediano	1
	Boquillas varios tipos	10
	Bowl grande	4
	Bowl mediano	4
	Bowl pequeño	4
	Cernidor de doble malla	2
	Colador chino	2
	Cucharon 3 onzas	2
	Cucharon 8 onzas	2
	Cucharon 12 onzas	2
	Cucharon 24 onzas	1
	Cuchillo de 10"	2
	Cuchillo fileteador	2
	Espuma de malla	1
	Exprimidor de cítricos	2
	Manga pastelera 18"	2
	Manga pastelera 12"	1
	Ollas grandes	4
	Ollas medianas	4
	Ollas pequeñas	4
	Paila grande	3
	Pelador	2
	Pinzas multiusos	4
	Puntilla	3
	Rallador acero inoxidable	2
Sartén grande	2	
Sartén mediano	2	

	Sartén pequeño	2
	Tabla de picar	4
	Tamalera	1
	Tenedor de acero inoxidable	2
Vajilla	Plato Sopero	220
	Plato trincherero	220
	Plato base	220
	Plato postre	220
	Platillo	220
	Tazas	220
	Saleros	8
	Pimenteros	8
	Azucareras	8
	Bandeja Plástica	220
Cristalería	Vasos (docena)	20
	Jarras	20
Cubertería	Cuchara soperera (docena)	19
	Tenedor (docena)	19
	Cuchillo (docena)	19
	Cuchara de Café (docena)	19
	Cuchara de postre (docena)	19

ELABORADO POR: Teresa Ruales

#### 4.6.2 ESPECIFICACIONES DE MATERIALES Y EQUIPOS DEL ÁREA ADMINISTRATIVA

En esta área se consideró los siguientes materiales y equipos:

**TABLA 15**

	ARTÍCULO	CANTIDAD
Muebles y Enseres de Oficina	Escritorio Ejecutivo	3
	Sillón	3
	Archivador vertical	2
	Sillas	4
Equipos de Oficina	Computadora	3
	Impresora	1

	Teléfono/ Fax	1
	Teléfono	2
	Calculadora	3
Materiales de Oficina	Bolígrafos	12
	Borradores	5
	Cartucho de Impresora	3
	Clips (caja de 100 unidades)	2
	Cinta adhesiva	10
	Grapas (caja)	3
	Grapadora	2
	Hojas de papel bond (resmas)	6
	Lapiceros	5
	Mouse pad	3
	Sellos	5
	Tinta para sello	3
	Tinta correctora	3
	Perforadora	3
	Tijeras	2

ELABORADO POR: Teresa Ruales

#### 4.6.3 ESPECIFICACIONES DE MATERIALES DE LIMPIEZA

Dentro del proyecto se considerará cuales son los artículos de limpieza que se utilizar:

**TABLA 16**

	ARTÍCULO	CANTIDAD
Limpieza	Basurero Grande	3
	Basurero pequeño	2
	Detergente 100 gr.	4
	Desinfectante	4
	Dispensador de Jabón	2
	Escobas	4
	Estropajos	10
	Fundas de Basura 10 unidades	10
	Guantes	6
	Jabón Liquido	3
	Lava vajillas 500 gr.	8
	Papel Higiénico 12 unidades	3

	Recogedor de Basura	3
	Trapeador	3
	Vileda	6

**ELABORADO POR:** Teresa Ruales

#### 4. 7 NUTRICIÓN Y DISEÑO<sup>10</sup>

Se ha considerado que la nutrición en este proyecto es de vital importancia debido que el trabajo que están realizan los empleados de la empresa ITAL PRODOTI.

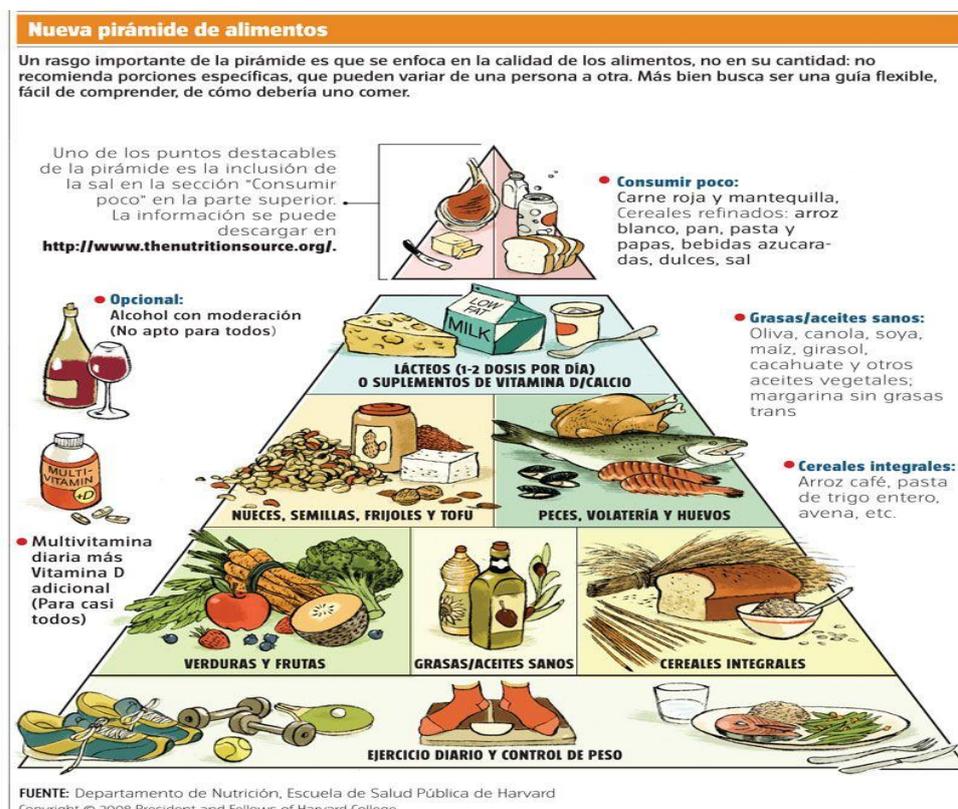
El proyecto desea diseñar menús básicos en función de la empresa y de la conveniencia y características de la misma. Estos menús estándares se basan en la disponibilidad de recursos y en los patrones culturales del lugar donde se encuentre la empresa y, deben responder a las recomendaciones nutricionales. Deben ser flexibles, de manera tal que puedan modificarse si es necesario cambiarlas.

Para saber qué tipo de alimentación se debe entregar en la empresa nos debemos basar en la Pirámide Nutricional

---

<sup>10</sup> WEBB, Geoffrey; Complementos Nutricionales y Alimentarios Fundamentales; Editorial Acribia; 2006.

## GRÁFICO 15



### 4.7.1 IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO DE CATERING

TABLA 17

PRODUCTO	SERVICIO
Desayuno	Desayuno Reforzado, estará formado por los siguientes productos: Leche, café o coladas, pan, frutas, jugo, plato fuerte(carne, pollo, pescado, vegetales, arroz)
Almuerzo	Estará conformada por, sopa: caldos, locros, cremas, etc. Plato fuerte: carne, pollo, pescado, arroz, verduras crudas o cocinadas.

	<p>Jugo, de frutas no bebidas de fantasías como gaseosas o jugos en polvo como colorantes.</p> <p>Postre: fruta, gelatina, pasteles, tortas, etc.</p>
<p>Servicio</p>	<p>Es importante conocer los horarios de las comidas (desayuno, almuerzo), el servicio es tipo buffet ya que los empleados pasaran las bandejas con los platos y un mesero servirá la comida. También contaremos con un buzón de quejas y sugerencias. Contaremos con menú variado y los empleados conocerán sobre tener una alimentación nutricional</p>

**ELABORADO POR:** Teresa Ruales

## 4.7.2 MENU

**TABLA 18**

SEMANA 1	LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
<b>DESAYUNO REFORZADO</b>							
Bebida caliente	Café/té/cocoa	Café/té/cocoa	Café/té/cocoa	Café/té/cocoa	Café/té/cocoa	Café/té/cocoa	Café/té/cocoa
Bebida fría	batido de taxo	Naranja	Guanábana	Batido de mora	Babaco	maracuyá	Naranja
Proteína	pollo al jugo	Guatita	seco de carne	albóndigas al curry	carne apanada	Pollo al horno	bistec de hígado
Arroz	Verde	Blanco	Blanco	Amarillo	Blanco	Moro	Blanco
Guarnición	Papa francesa	Aguacate	Palitos de yuca	Tallarín	pure de papa	menestra de frejol	macedonia de legumbres
<b>ALMUERZO</b>							
Sopa	Crema de legumbres	AjÍ de queso	De pollo y arveja	Wuchi wu	De arroz	Sambo con queso	Ajiaco quiteño
Proteína 1	Bistec ranchero	Chuleta en salsa de maní	Pollo en salsa de pimentón	Salon salsa de duraznos	Hornado	Pollo en salsa de manzana	seco de pollo
Proteína 2	albóndigas al pomodoro	chaulafan especial	lomo emborrajado	pescado al curry	Seco de chivo	Lomo salteado con verduras	Guatita criolla
Arroz	Atomatado	Blanco	Verde	Blanco	Amarillo	Blanco	Blanco
Guarnición 1	tallarín	maduro frito	Menestra de frejol blanco	Muchin de yuca	papa dorada	pure de papa	Tortilla
Guarnición 2	Soufle de coliflor	Nabo chino salteado	pure de zanahoria	Arvejas salteadas	canguil, tostado, chifles	Col morada marinada	mote pillo
Postre 1	aplanchados	Tomate en almibar	dulce de babaco	Pie de mora	brazo gitano de manjar	relampagos	Moncayba
Postre 2	Sandía	Mandarina	Melón	Papaya	Manzana	Piña	Sandía
Jugo 1	guanababa	Manzana	Naranja	Tomate de árbol	Piña	Maracuyá	Avena

**ELABORADO POR:** Teresa Ruales

## **CAPÍTULO V**

# **ESTUDIO ADMINISTRATIVO**

## **5.1 DEFINICIÓN**

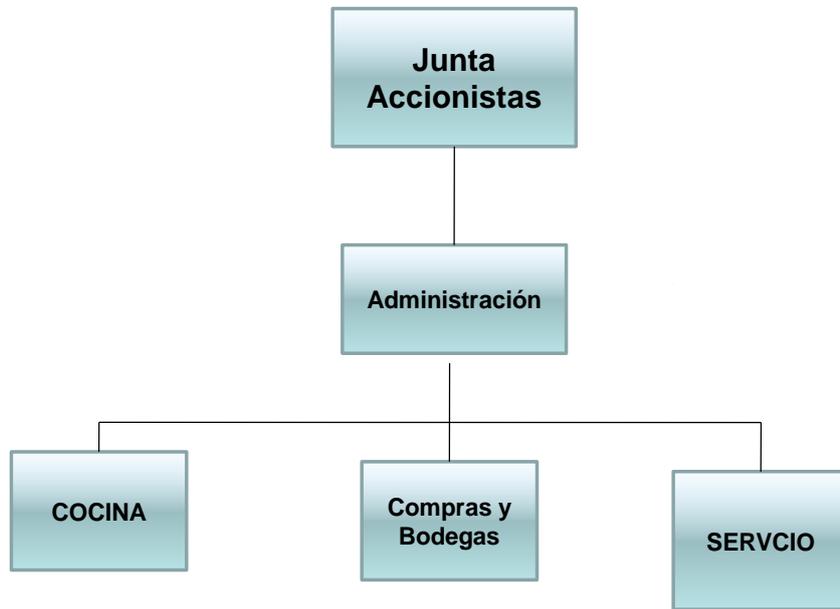
El Estudio Administrativo del proyecto es el manejo del talento humano dentro de una organización.

## **5.2 OBJETIVOS**

- Contar con el personal idóneo para ejecutar a satisfacción las labores dadas.
- Contar con un reglamento interno donde se defina los deberes y obligaciones del personal.
- Disponer del personal suficiente para la realización del proyecto.

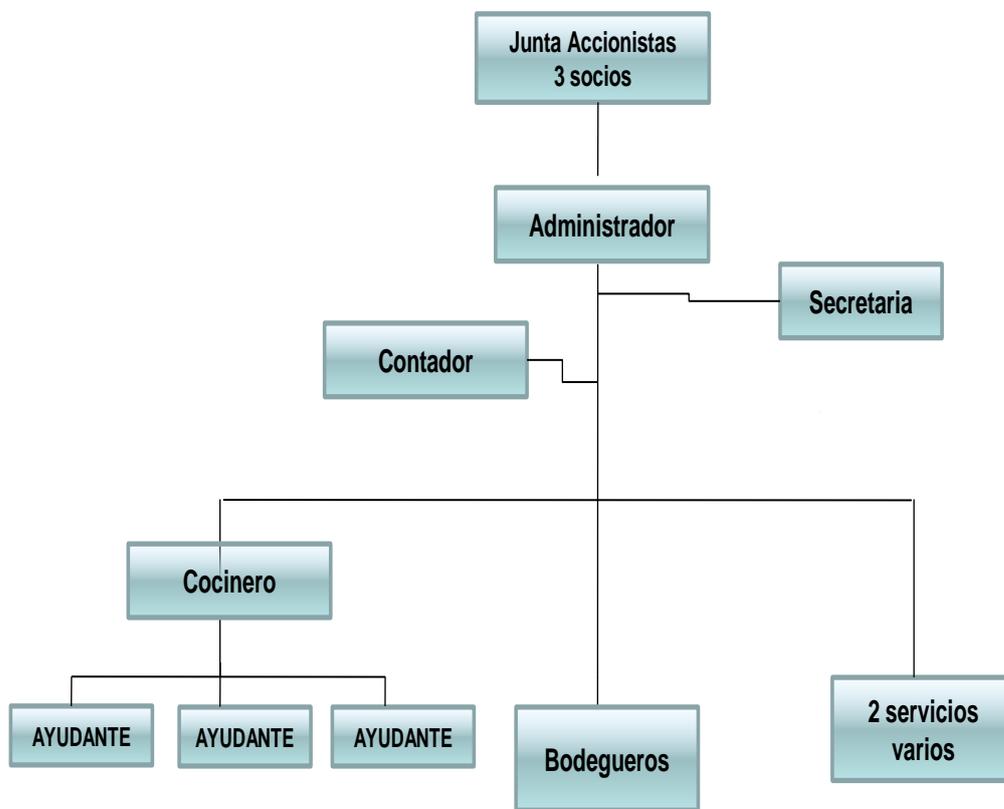
## **5.3 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL**

En este proyecto contaremos con el siguiente organigrama estructural de la empresa:



#### 5.4 ORGANIGRAMA POSICIONAL

En este organigrama se encuentra la cantidad de personas que se necesitan para en cada una de las áreas.



## 5.5 DESCRIPCIÓN Y FUNCIONES DE CARGO

### 5.5.1 ÁREA OPERATIVA

TABLA 19

<b>NOMBRE DEL CARGO</b>	Cocinero			
<b>REQUISITOS</b>				
<b>EDAD</b>	<b>Mínima</b>	30 años	<b>Máxima</b>	40 años
<b>SEXO</b>	Masculino o Femenino.			
<b>FORMACIÓN EDUCATIVA</b>	Bachiller, estudios superiores en Gastronomía.			
<b>REQUISITOS BÁSICOS DEL CARGO</b>	Dominar las técnicas de preparación y servicio de alimentos, manejo de costos, manejo administrativo de personal.			
<b>EXPERIENCIA EXTERNA (Áreas, Años)</b>	Tres (3) años de experiencia.			
<b>REQUISITOS SECUNDARIOS</b>	Técnicas en Cocina Nacional e Internacional			
<b>PRERREQUISITOS INTERNOS PARA PROMOCION AL CARGO</b>	Cocinero			
<b>CUALIDADES PERSONALES</b>	Buenas relaciones interpersonales, creatividad, organización, agilidad, habilidad de trabajo bajo presión.			
<b>HABILIDADES ADMINISTRATIVAS</b>	Habilidad de toma de decisiones, condiciones de liderazgo, manejo de conflictos. Dominar técnicas de entrenamiento y motivación de personal.			
<b>RELACIONES DEL CARGO</b>				
<b>INTERNAS</b>	Todo el personal del contrato			
<b>EXTERNAS</b>	Clientes.			
<b>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</b>	Planear, seleccionar, capacitar, supervisar y coordinar el trabajo en las áreas de cocina, garantizando la calidad de los productos, procesos y estándares de seguridad alimentaria establecidos para la completa satisfacción del cliente.			
<b>RIESGOS DEL CARGO</b>	Físicos, Ergonómicos, Biológicos, psicolaborales y mecánicos.			
<b>FUNCIONES ESPECÍFICAS DEL CARGO</b>				

Asegurar la conservación de la materia prima e higiene de producto terminado
Coordinar las labores del personal a su cargo.
Coordinar el stock de las materias primas de acuerdo a las necesidades del servicio.
Velar por el buen manejo de los equipos a su cargo.
Informar permanentemente cualquier desperfecto en su equipo de trabajo
Programar turnos del personal a su cargo.
Realizar el control disciplinario del personal a su cargo.
Entrenar del personal a su cargo.
Participar en las actividades de salud ocupacional de la empresa.

**ELABORADO POR:** Teresa Ruales

**TABLA 20**

<b>NOMBRE DEL CARGO</b>	<b>AYUDANTE DE COCINA</b>			
<b>REQUISITOS</b>				
<b>EDAD</b>	<b>Mínima</b>	25 años	<b>Máxima</b>	40 años
<b>SEXO</b>	Masculino o Femenino			
<b>FORMACIÓN EDUCATIVA</b>	Bachiller, de preferencia estudios superiores especializados en Gastronomía.			
<b>REQUISITOS BÁSICOS DEL CARGO</b>	Conocimiento de cocina fría, cocina caliente, porciones, salsas, cocina industrial.			
<b>EXPERIENCIA EXTERNA (Áreas, Años)</b>	Dos (2) años de experiencia.			
<b>REQUISITOS SECUNDARIOS</b>	Conocimientos de costos de cocina, experiencia en el manejo administrativo del personal de cocina, conocimientos en panadería y pastelería.			
<b>PRERREQUISITOS INTERNOS PARA PROMOCION AL CARGO</b>	Ayudante de Cocina			
<b>CUALIDADES PERSONALES</b>	Buenas relaciones interpersonales, creatividad, organización, agilidad, habilidad del trabajo bajo presión.			
<b>HABILIDADES ADMINISTRATIVAS</b>	Habilidad en la toma de decisiones, condiciones de liderazgo, manejo de conflictos.			
<b>RELACIONES DEL CARGO</b>				

<b>INTERNAS</b>	Todo el personal del contrato
<b>EXTERNAS</b>	Clientes
<b>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</b>	Organizar, coordinar y ejecutar las labores necesarias para cumplir el ciclo de producción de cocina caliente de acuerdo a los menús cumpliendo con los procesos y estándares de seguridad alimentaria establecidos.
<b>RIESGOS DEL CARGO</b>	Físicos, Biológicos, Ergonómicos, Mecánicos, Psicolaboral.
<b>FUNCIONES ESPECIFICAS DEL CARGO</b>	<p>Apoyar al cocinero de cocina control de consumo de producto</p> <p>Cocinar, asar, freír, rehogar, saltar, guisar y gratinar alimentos.</p> <p>Preparar, montar y presentar platos calientes y fríos de la cocina según los menús asignados.</p> <p>Supervisar el montaje de servicio</p> <p>Limpieza, desinfección, y cuidado de todos los equipos y menaje a su cargo</p> <p>Cuidar del área de trabajo, planificar y organizar el propio trabajo</p> <p>Operar equipos y maquinaria</p> <p>Cuidar de la higiene, seguridad alimentaría y presentación personal</p> <p>Apoyar al equipo</p> <p>Cuidar de la presentación personal</p> <p>Cumplir con las normas de seguridad física e industrial estipulados.</p> <p>Arreglo y decoración para festivales en el comedor</p> <p>Mantener en orden y aseo los cuartos fríos y neveras.</p> <p>Preparar: sopas, fondos, salsas base, carnes, aves y mariscos.</p> <p>Supervisar el personal de cocina.</p> <p>Participar en las actividades de salud ocupacional de la empresa.</p>

**ELABORADO POR:** Teresa Ruales

**TABLA 21**

<b>NOMBRE DEL CARGO</b>	<b>BODEGUERO</b>			
<b>REQUISITOS</b>				
<b>EDAD</b>	<b>Mínima</b>	22 años	<b>Máxima</b>	35 años
<b>SEXO</b>	Masculino			
<b>FORMACIÓN EDUCATIVA</b>	Bachiller Contable. EXPERIENCIA INDISPENSABLE			
<b>REQUISITOS BÁSICOS DEL CARGO</b>	Conocimientos técnicos en técnicas de manipulación y conservación de alimentos.			
<b>EXPERIENCIA EXTERNA (Áreas, Años)</b>	Un (1) año en áreas de A & B			
<b>REQUISITOS SECUNDARIOS</b>	Habilidad aritmética, conocimiento y manejo óptimo de medidas de peso.			
<b>PRERREQUISITOS INTERNOS PARA PROMOCION AL CARGO</b>	Servicios varios o Posillero con entrenamiento en Bodega.			
<b>CUALIDADES PERSONALES</b>	Organización, concentración, buenas relaciones interpersonales y honradez.			
<b>HABILIDADES ADMINISTRATIVAS</b>	Habilidades en comunicación efectiva, distribución eficiente del tiempo. Computación y manejo de inventarios.			
<b>RELACIONES DEL CARGO</b>				
<b>INTERNAS</b>	Todas las áreas			
<b>EXTERNAS</b>	Clientes y proveedores.			
<b>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</b>	Responsabilizarse por el buen manejo, conservación y manipulación de los productos y mercancías que entran al contrato garantizando su oportuna rotación de acuerdo a los mínimos y máximos establecidos aplicando los procesos de seguridad alimentaria establecidos.			
<b>RIESGOS DEL CARGO</b>	Ergonómicos, Biológicos, Psicolaborales y Físicos.			

## FUNCIONES ESPECIFICAS DEL CARGO

Limpieza, organización y dotación de productos perecibles y no perecibles según menú estipulado por día para cada uno de los servicios.

Recibir y comprobar la calidad de los productos enviados , para garantizar la rotación PEPS

Cumplir los controles de calidad y seguridad alimentaría en cada una de las bodegas asignadas según el producto.

Limpieza y arreglo de cuartos fríos, bodega de secos, bodega de químicos, bodega de suministros.

Despacho de químicos según formulas establecidas por el departamento de calidad.

Cuidar de la seguridad alimentaría

Cuidar del área de trabajo

Cuidar de la presentación personal

Cumplir con las normas de seguridad física e industrial estipulados

Revisión de inventarios diarios, según stock y menús previamente autorizados.

Organización, limpieza y distribución de botellones según sea la necesidad del cliente.

Limpieza y desinfección de área de recepción de mercadería.

Actualizar el inventario de suministros y A & B de acuerdo a los procesos establecidos.

Entregar y manejar las requisiciones de suministros y A & B

Entregar, recibir y arreglar suministros y A & B

Entregar y tramitar la solicitud de compra de suministros y A & B.

Recopilar la información diaria en los documentos y formatos establecidos en cada uno de los procesos.

Organizar y mantener en buen estado los equipos a su cargo.

Participar en las actividades de salud ocupacional de la empresa.

**ELABORADO POR:** Teresa Ruales

**TABLA 22**

NOMBRE DEL CARGO	SERVICIOS VARIOS			
REQUISITOS				
EDAD	Mínima	18 años	Máxima	35 años
SEXO	Masculino o femenino			
FORMACIÓN EDUCATIVA	Bachiller.			

<b>REQUISITOS BÁSICOS DEL CARGO</b>	Buen estado físico y presentación personal.
<b>EXPERIENCIA EXTERNA (Áreas, Años)</b>	De preferencia 6 meses en limpieza o servicio en línea.
<b>CUALIDADES PERSONALES</b>	Buenas relaciones interpersonales, agilidad, actitud de servicio, organización, calidad en el trabajo.
<b>RELACIONES DEL CARGO</b>	
<b>INTERNAS</b>	Todo el personal del contrato.
<b>EXTERNAS</b>	Clientes.
<b>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</b>	
Mantener un excelente estado de limpieza de cocina y comedor de acuerdo a los procesos y estándares de seguridad alimentaria establecidos.	
<b>FUNCIONES ESPECIFICAS DEL CARGO</b>	
Realizar limpieza y desinfección de pisos, ventanas, paredes, baños, sillas, muebles, equipos y utensilios.	
Organizar y mantener en buen estado materiales y equipos de limpieza	
Participar en las actividades de salud ocupacional de la empresa.	
Colaborar con tareas adicionales asignadas por el Supervisor.	
Realizar el mise en place en las líneas del servicio	
Desinfección de menaje, cubertería y vajilla	
Arreglar, organizar y limpiar el salón y el self service para el servicio	
Preparación de jugos para los diferentes servicios	
Preparar el menaje de servicio	
Realizar el mise en place para armar refrigerios para despacho de la planta	
Cuidar la seguridad de los alimentos	
Asegurar la satisfacción de cliente	
Cuidar de la presentación personal	
Cumplir con las normas de seguridad física e industrial estipulados	
Arreglo y decoración para festivales en el comedor	

**ELABORADO POR:** Teresa Ruales

## 5.5.2 ÁREA ADMINISTRATIVA

**TABLA 23**

<b>NOMBRE DEL CARGO</b>	<b>ADMINISTRADOR</b>			
<b>REQUISITOS</b>				
<b>EDAD</b>	<b>Mínima</b>	28 años	<b>Máxima</b>	36 años
<b>SEXO</b>				
<b>FORMACIÓN EDUCATIVA</b>	Tecnólogo / Ingeniería en Adm. Hotelera de Alimentos y Bebidas			
<b>REQUISITOS BÁSICOS DEL CARGO</b>	Control de Costos, manejo de recetas, conocimiento de cocina, atención al cliente, manejo del personal, administración de alimentos y bebidas.			
<b>EXPERIENCIA EXTERNA (Áreas, Años)</b>	Tres (3) años en planificación y supervisión de servicios en A y B.			
<b>CUALIDADES PERSONALES</b>	Actitud de Servicio, Buenas relaciones interpersonales, dinamismo, cortesía, iniciativa, trabajo bajo presión, facilidad de expresión, creatividad			
<b>RELACIONES DEL CARGO</b>				
<b>INTERNAS</b>	Todo el personal del contrato.			
<b>EXTERNAS</b>	Clientes.			
<b>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</b>	Garantizar el funcionamiento operativo, brindando al cliente un servicio que cumpla con los procedimientos y estándares de inocuidad Alimentaria y satisfacción del cliente, establecidos por la empresa y los requerimientos específicos de cada cliente.			
<b>FUNCIONES ESPECIFICAS DEL CARGO</b>				
	Responsabilizarse completamente del servicio al cliente.			
	Realizar evaluaciones de servicio y satisfacción del cliente.			
	Programar eventos y festivales.			
	Supervisar operación general del contrato.			
	Participar en las actividades de salud ocupacional de la empresa.			
	Supervisar el correcto cumplimiento del trabajo del personal.			
	Orientar, entrenar y evaluar el trabajo de empleados.			

Realizar la gestión de programación de turnos del personal a su cargo.
Realizar el informe correspondiente de evaluación del servicio prestado.
Realizar plan de acción de auditorías.
Genera los reportes para presentar a la junta de accionistas.

**ELABORADO POR:** Teresa Ruales

**TABLA 24**

<b>NOMBRE DEL CARGO</b>	<b>CONTADOR</b>			
<b>REQUISITOS</b>				
<b>EDAD</b>	<b>Mínima</b>	24 años	<b>Máxima</b>	35 años
<b>SEXO</b>	Masculino o femenino			
<b>FORMACIÓN EDUCATIVA</b>	Superior			
<b>REQUISITOS BÁSICOS DEL CARGO</b>	Buena presencia.			
<b>EXPERIENCIA EXTERNA (Áreas, Años)</b>	De preferencia 3 años de conocimientos de contabilidad.			
<b>CUALIDADES PERSONALES</b>	Buenas relaciones interpersonales, agilidad, responsabilidad, organización, calidad en el trabajo.			
<b>RELACIONES DEL CARGO</b>				
<b>INTERNAS</b>	Personal administrativas			
<b>EXTERNAS</b>	Proveedores			
<b>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</b>				
Mantener toda la información financiera actualizada y organizada.				
<b>FUNCIONES ESPECIFICAS DEL CARGO</b>				
Realizar analices contables a nuestra empresa.				
Realizar estados financieros.				
Elaborar nomina y pagos a los empleados.				

Realizar declaraciones de impuestos.
Es representante legal ante las instituciones financieras.
Ingreso en el sistema las facturas.
Realización de conciliaciones bancarias

**ELABORADO POR:** Teresa Ruales

**TABLA 25**

<b>NOMBRE DEL CARGO</b>	<b>SECRETARIA</b>			
<b>REQUISITOS</b>				
<b>EDAD</b>	<b>Mínima</b>	20 años	<b>Máxima</b>	35 años
<b>SEXO</b>	Femenino			
<b>FORMACIÓN EDUCATIVA</b>	Bachiller.			
<b>REQUISITOS BÁSICOS DEL CARGO</b>	Buena presencia.			
<b>EXPERIENCIA EXTERNA (Áreas, Años)</b>	De preferencia 1 año de conocimiento en secretaria.			
<b>CUALIDADES PERSONALES</b>	Buenas relaciones interpersonales, agilidad, organización, calidad en el trabajo.			
<b>RELACIONES DEL CARGO</b>				
<b>INTERNAS</b>	Todo el personal del contrato.			
<b>EXTERNAS</b>	Clientes.			
<b>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</b>	Sera la persona en cargada de manejar toda la información de la empresa, tendrá contactos con los proveedores y con los empleados de la empresa.			
<b>FUNCIONES ESPECIFICAS DEL CARGO</b>	Redactar documentos de acuerdo a indicaciones del administrador. Se encarga de organizar archivar los documentos de la empresa. En cargada de realizar el pago a proveedores.			

Recepción de documentos importantes.
Asiste al administrador.
Realiza cotizaciones para las diferentes áreas de la empresa.
Manejo de inventarios de las áreas administrativas.

**ELABORADO POR:** Teresa Ruales

## 5.6 POLÍTAS INTERNAS DE LA EMPRESA

Es importante que para el buen funcionamiento de una empresa es precioso tener ciertos factores que ayuden en el ambiente laboral y para que este objetivo se cumpla vamos tener políticas para el personal.

Para la selección del personal primero se necesita de un reclutamiento del mismo, donde se receptaran las hojas de vida de los aspirantes con la información requerida del puesto. Dentro de estos se realizara los siguientes pasos:

- Entrevistas
- Pruebas
- Exámenes médicos

Realizando todos estos pasos se procederá con la contratación del personal, esto se lo realizara de acuerdo a los derechos a la conformidad con la ley ecuatoriana.

Para el personal que se está incorporando a la empresa se les capacitara sobre la empresa, ya que de esta manera incentivara al personal a que trabajen eficaz y eficientemente.

Todo el personal que desea contratado debe presentarse en el lugar de trabajo a la hora indicada por el empleador para cumplir las horas acordadas que deben registrarse en la hoja de registro.

## **5.7 PLAN DE CAPACITACIÓN**

Tiene por objetivo mejorar el nivel de conocimiento sobre temas de manipulación de los alimentos para los empleados de la cocina de la empresa L'ALIMENT SÛR

Tema: Seguridad Alimentaria; Seguridad y Salud Ocupacional.

**Objetivo General:** Hacer que el personal de la cocina de L'ALIMENT SÛR adopte procedimientos que atiendan a los estándares exigidos de higiene y seguridad alimentaria sin perjudicar su bienestar y salud, con el fin de asegurar un alimento inocuo.

**TABLA 26**

1. Alimentos Seguros	1.1 Entender que la enfermedad de origen alimentario es una amenaza a los servicios de alimentación. 1.2 Explicar las características de alimentos potencialmente peligrosos. 1.3 Identificar las fuentes de contaminación alimentario asociado al contacto humano. 1.4 Explicar la higiene personal adecuada, contaminación cruzada, abuso de tiempo y temperaturas.
2. Microorganismos	2.1 Identificar los tipos de contaminación microbiana. 2.2 Las diferencias entre infección e intoxicación alimentaria. 2.3 Presentar las condiciones que llevan al crecimiento bacteriano.

<p>3. Tipo de Contaminación</p>	<p>3.1 Presentar y explicar los tipos de contaminación.  3.2 Explicar los métodos de prevención de la contaminación física, química y biológica.  3.3 Explicar la relación entre la higiene personal y la contaminación.  4.1 Requisitos necesarios para la recepción de alimentos como temperatura, apariencia, olor y textura.  4.2 Explicar los procedimientos correctos para el chequeo de termómetros.</p>
<p>4. Recepción de Alimentos</p>	
<p>5. Procedimientos para mantener un alimento seguro</p>	<p>5.1 Explicar procedimientos de almacenamiento.  5.2 Presentar los procedimientos adecuados para transferir un alimento de su empaque original hacia otro, el almacenamiento de alimento preparado o cocido.</p>
	<p>6.1 Identificar la zona de peligro.  6.2 Explicar métodos de descongelamiento.  6.3 Indicar temperaturas de cocción en géneros como pollo, carnes, mariscos.</p>

<p>6.                   Temperaturas</p>	<p>6.4 Indicar métodos correctos de descongelación.</p>
<p>7.                   Inocuidad Salubridad y Calidad</p>	<p>7.1 Explicar que es la integridad del alimento.  7.2 Qué es un alimento seguro.  7.3 Qué es salubridad.  7.4 Qué es calidad.</p>
<p>8.                   Contaminación Cruzada</p>	<p>8.1 Qué es la contaminación cruzada.  8.2 Cómo ocurre la contaminación cruzada.  8.3 Cómo evitar la contaminación cruzada.  8.4 Cuando y como lavarse y desinfectarse las manos.</p>

<p>9. Seguridad y Salud Ocupacional</p>	<p>9.1 Identificación de factores de riesgo. 9.2 Qué es incidente 9.3 Qué es accidente. 9.4 Qué es un peligro 9.5 Qué es un riesgo. 9.6 Condiciones inseguras. 9.7 Actos inseguros. 9.8 Explicación de la clasificación de los factores de riesgo: biológico, ergonómico, mecánico, físico, químico.</p>
---	--

**ELABORADO POR:** Teresa Ruales

## **5.8 BUENAS PRÁCTICAS DE MANUFACTURA**

### **5.8.1 DEFINICIÓN**

Es el proceso que se llevará para la correcta elaboración de alimentos para la empresa.

### **5.8.2 OBJETIVO.**

Asegurar la manipulación correcta de los alimentos y la salud del consumidor evitando intoxicación de tipo alimentario.

### **5.8.3 FACTORES BÁSICOS PARA LA SANIDAD Y SEGURIDAD ALIMENTARIA**

Existen tres factores importantes dentro de la sanidad y seguridad alimentaria que debe tener una empresa y estos son:

- Manipuladores
- Alimentos
- Instalaciones.

#### **5.8.3.1 MANIPULADORES**

Los manipuladores de alimentos deben tener un nivel de educación y formación adecuada y estrictamente un alto nivel de aseo personal. Es imprescindible que las personas que manipulen alimentos tengan una revisión médica por lo menos 2 veces al año además de exámenes básicos como (sangre, orina, heces, bucal)

Los hábitos higiénicos sanitarios básicos del manipulador deben ser:

- Se tendrán hábitos de higiene sanitaria para la manipulación de alimentos, entre los más importantes tenemos:
  - Baño diario después de la jornada de trabajo

- Excelente higiene oral.
  - Cabello cortó, limpio, recogido, utilizando malla y gorra.
  - No utilizar relojes, pulseras anillos o joyas en general.
  - Llevar las uñas cortas, limpias y sin esmalte.
  - Limpiar el sudor con pañuelos desechables.
  - No utilizar colonias y perfumes altamente fuertes y penetrantes.
- El uso del uniforme es de vital importancia por lo que se recomienda lo siguiente:
    - Llevar el uniforme completo, limpio y ordenado.
    - Deben cambiarse diariamente el uniforme.
    - Utilizar mallar para el cabello.
    - El delantal debe ser de color claro y sencillo y no debe utilizarlo como trapo para limpiarse las manos.
    - Utilizar zapatos cerrados o tapados.

El uniforme consta de las siguientes piezas y estas son:

#### Área de Producción

- Chaqueta
- Pantalón
- Toca
- Delantal
- Limpión
- Malla

El uniforme debe ser elaborados en materiales resistentes y le debe quedar de la mejor manera y permitirle que el cuerpo pueda respirar.

- La chaqueta será de color negro.

### GRÁFICO 16



**ELABORADO POR:** Teresa Ruales.

- El pantalón debe ser a cuadros y de poliéster

### GRÁFICO 17



**ELABORADO POR:** Teresa Ruales.

- El delantal sera de color negro.

### GRÁFICO 18



**ELABORADO POR:** Teresa Ruales.

- La toca será de color blanca para el chef y los cocineros usarán cofias blancas

### GRÁFICO 19



**ELABORADO POR:** Teresa Ruales.

- Los zapatos a utilizar seran de un material resistente y tendrán punta de acero

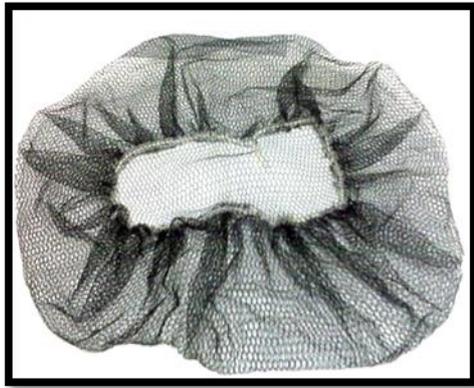
### GRÁFICO 20



**ELABORADO POR:** Teresa Ruales.

- La malla servirá para recoger el cabello y será de color negro.

### GRÁFICO 21



**ELABORADO POR:** Teresa Ruales.

### Área de Servicio

- Camisa
- Pantalón
- Mandil
- Cofia
- La camisa debe ser de color blanca

### GRÁFICO 22



**ELABORADO POR:** Teresa Ruales.

- El pantalón será a cuadros y poliéster

### GRÁFICO 23



**ELABORADO POR:** Teresa Ruales.

- El mandil debe ser negro

### GRÁFICO 24



**ELABORADO POR:** Teresa Ruales.

- La cofia debe ser blanca

### GRÁFICA 25



**ELABORADO POR:** Teresa Ruales.

- Los zapatos serán antideslizantes y con punta de acero

#### GRÁFICO 26



ELABORADO POR: Teresa Ruales.

- Correcto lavado y desinfección de manos
  - Humedecer manos y codos con agua limpia y de ser posible caliente.
  - Utilizar jabón y frotarse hasta los codos sin olvidarse del lavado y cepillado interno de las uñas.
  - Enjuagar bien con agua limpia.
  - Secar sus manos con toallas desechables.
  - No utilizar secador de aire por que generalmente se encuentran contaminados.
  - Para desinfectar las manos se recomienda utilizar un químico auto evaporante, que puede ser alcohol yodado.

¿Cuándo el manipulador deberá lavarse y desinfectarse las manos?

- Al iniciar y terminar cualquier actividad que lo requiera.
- Antes y después de manipular alimentos crudos y cocidos
- Al hacer uso del servicio sanitario.
- Al rascarse o tocarse partes del cuerpo en especial la boca, nariz o cabello.

- Después de estornudar o toser.
- Después de tener contacto con recipientes de basura o implementos con superficie sucia.
- Después de manejar dinero.

### 5.8.3.2 ALIMENTOS<sup>11</sup>

Para un adecuado manejo y control de los alimentos es importante considerar varios puntos importantes:

- **Protección de alimentos.-** Ayuda a evitar la contaminación de microorganismos, por lo tanto las medidas de protección ayudan resguardar los alimentos de la contaminación, dentro de las más importantes existe:
  - Observación y cumplimiento estricto de la higiene del personal.
  - Mantenimiento de alimentos altamente peligrosos en refrigeración 5°C máximo, y en calentamiento mínimo a 65°C, estas temperaturas que minimizan el crecimiento de microorganismos.
  - Inspección sanitaria de productos alimentarios previa a su aceptación y compra.
  - Las instalaciones y el equipo será adecuadas para el proceso de producción.
- **Transporte de alimentos.-** Es importante conocer como va a llegar los alimentos al lugar donde van hacer procesados para lo cual consideraremos los siguientes puntos:

---

<sup>11</sup> Ing. Guamialama Jaime Código de Práctica para manipulación de alimentos

- El transporte de productos alimenticio naturales desde los lugares de producción, procesamiento o de consumo debe realizarse en condiciones higiénicas, con las protecciones adecuadas a fin de evitar la contaminación de los productos alimeticios y protejan su calida natural.
- Los vehículos o equipos que utilicen en el transporte deben estar limpios y desinfectados, con sus puertas y protecciones en buen estado.
- Deben evitarse el transporte de personas y animales junto la carga de alimentos.
- Debe evitarse demoras, trasbordos, bodegajes provisionales u otras condiciones que puedan afectar la buena calidad de los productos.
- **Requisitos sanitarios para a la compra de los alimentos.-** Se debe considerar de vital importancia para elaborar la producción, y se debe tomar en cuenta los siguientes puntos:
  - Las materias primas, ingredientes o materiales deben estar en condiciones óptimas y aptas para el consumo humano.
  - Deben someterse a una inspección y selección antes de ser comprados y utilizados para la elaboración de los platos.
  - La carne fresca debe tener su color y olor característico, color brillante y al contacto con la mano su piel no es resbalosa. Si hay presencia de agua sangre debe ser de color rojo.
  - La leche y productos lácteos deben ser pasteurizados de acuerdo a las normas técnicas, tienen que tener la fecha de producción y caducidad.
  - Para comprar los huevos se tendrá en cuenta quienes producen y si la planta cumple los estándares de calidad.

- Las gavetas plásticas deben estar limpias y desinfectadas antes de ser usadas para colocar alimentos.
- **Almacenamiento de alimentos.-** Es de vital importancia, ya que con eso se tendrá productos terminados de primera calidad y para conseguir esto consideramos lo siguiente:
  - Los ingredientes, materias primas que se encuentren defectuosos deben ser colocados en lugares donde no tengan contacto con alimentos o personal antes de ser eliminados.
  - Se almacenaran en condiciones adecuadas para evitar contaminación y reducir su daño, para ello es recomendable usar las PEPS (Primero en entrar, Primero en salir)
  - Los productos secos o perecibles serán almacenados en lugares frescos y secos que no tengan contacto con el piso.
  - Los productos que necesiten refrigeración y congelación se deben revisar cuando lo amerite, la temperatura optima para refrigeración es de 5°C y de congelación -20°C.

### 5.8.3.3 INSTALACIONES

Las instalaciones son de vital importancia ya que en este lugar se realizar la producción de los alimentos, para ello tomaremos en cuenta lo siguiente:

- Las instalaciones deben satisfacer diseño, materiales, estructuras, servicios sanitarios, eléctricos.
- Las instalaciones deben mantenerse limpias y en buen estado de conservación y funcionamiento.

- Donde se realizará la manipulación de los alimentos deberá tener espacios de trabajo adecuados que permita la ejecución satisfactoria para esta operación.
- Disponer de abundante cantidad de agua potable, si es necesario instalar tanques de almacenamiento.
- Tener duchas, lavabos con agua caliente y fría, urinarios y servicios higiénicos convenientemente ubicados para que el personal pueda cambiarse de vestuario.
- Las maquinas, equipos, mesones y accesorios de producción de alimentos deben estar diseñados o contruidos en acero inoxidable, para evitar posibles contaminaciones y aglomeraciones de materia prima.
- Los locales de proceso deben ser provistos de buena ventilación para evitar calor y deben tener una temperatura apropiada de 28°C.
- La planta donde se generan los alimentos debe tener un sistema permanente de mantenimiento y control de la higiene, mediante programas preventivos.

**CAPÍTULO VI**  
**ESTUDIO LEGAL**

## **6.1 INTRODUCCIÓN**

En la ley de compañías del Ecuador existen cinco especies de compañías de comercio y estas son:

- Compañía en Nombre Colectivo
- Compañía en Comandita Simple y Dividida por Acciones
- Compañía de Responsabilidad Limitada
- Compañía Anónima
- Compañía de Economía Mixta

## **6.2 TIPO DE EMPRESA**

La compañía L'ALIMENT SÛR es una Compañía Anónima.

Esta Compañía tiene como característica principal, que es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, y sus accionistas responden únicamente por el monto de sus aportaciones. Esta especie de compañías se administra por mandatarios amovibles socios o no. Se constituye con un mínimo de dos socios sin tener un máximo.

La compañía deberá constituirse con dos o más accionistas, según lo dispuesto en el Artículo 147 de la Ley de Compañías, sustituido por el Artículo 68 de la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada. La compañía anónima no podrá subsistir con menos de dos accionistas, salvo las compañías cuyo capital total o mayoritario pertenezcan a una entidad del sector público.

### **6.3 CAPITAL**

El capital mínimo con que ha de constituirse la Compañía de Anónima, es de ochocientos dólares. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 25% del capital total. Las aportaciones pueden consistir en dinero o en bienes muebles o inmuebles e intangibles, o incluso, en dinero y especies a la vez. En cualquier caso las especies deben corresponder al género de comercio de la compañía. la actividad o actividades que integren el objeto de la compañía. El socio que ingrese con bienes, se hará constar en la escritura de constitución, los bienes serán avaluados por los socios. La compañía podrá establecerse con el capital autorizado, el mismo que no podrá ser mayor al doble del capital suscrito.

### **6.4. SOCIOS**

Al momento de formar la compañía L'ALIMENT SÛR los socios tendrán derechos, obligaciones y responsabilidades que cumplir y estas son:

- Intervenir en todas las asambleas donde se tomen decisiones y deliberaciones de la compañía, personalmente y para efecto de la votación, cada participación dará al socio el derecho de un voto.
- A no ser obligados al aumento de la participación social y si la compañía acordare el aumento de capital, el socio tendrá derecho de preferencia en ese aumento, en proporción a sus participaciones sociales, pero únicamente si esto se acordó en las reuniones de la junta general
- A solicitar a la junta general la renovación de la designación del administrador solo si se demuestran faltas graves a su deber.

Son obligaciones de los socios:

- Pagar a la compañía la participación suscrita, siendo destituido de la misma si no paga los montos en el plazo estipulado en el contrato.
- Cumplir los deberes que se han impuesto en el contrato social.

## **6.5 SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS**

En esta especie de compañías puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía.

Los requisitos para adquirir esta solicitud de aprobación es:

- Tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía
- Se adjunta la solicitud, la misma que tiene que ser elaborada por un abogado pidiendo la aprobación del contrato constitutivo.

## **6.6 APROBACIÓN DE NOMBRE DE LA COMPAÑÍA**

Se deben presentar alternativas de nombres para la nueva Compañía, para su aprobación en la Superintendencia de Compañías.

Los requisitos para la aprobación del nombre son:

- Copia de cédula.
- Copia del RUC
- Nombramiento del Representante Legal.
- Formulario.

## **6.7 APERTURA CUENTA DE INTEGRACIÓN DE CAPITAL**

Se debe apertura una cuenta de Integración de Capital de la nueva Compañía en cualquier banco de la ciudad de domicilio de la misma.

Los requisitos fundamentales son:

- Copia de cédulas y papeletas de votación de las personas que constituirán la Compañía (socios o accionistas)
- Aprobación del nombre dado por la Superintendencia de Compañías
- Solicitud para la apertura de la cuenta de Integración de Capital (formato varía de acuerdo al banco en el que se apertura) que contenga un cuadro de la distribución del Capital.
- El valor del depósito

## **6.8 CELEBRACIÓN DE LA ESCRITURA PÚBLICA**

Se debe presentar en una Notaría la minuta para constituir la Compañía

Los requisitos para celebración de la escritura pública:

- Copia de cédulas y papeletas de votación de las personas que constituirán la Compañía (socios o accionistas)
- Aprobación del nombre dado por la Superintendencia de Compañías
- Certificado de apertura de la cuenta de Integración de Capital dada por el banco
- Minuta para constituir la Compañía
- Pago derechos Notaría

## **6.9 SOLICITAR LA APROBACIÓN DE LA ESCRITURA PÚBLICA**

Las Escrituras de constitución deberán ser aprobadas por la Superintendencia de Compañías.

Los documentos que se necesita para la aprobación son:

- Tres copias certificadas de las Escrituras de constitución
- Copia de la cédula del Abogado que suscribe la solicitud
- Solicitud de aprobación de las Escrituras de constitución de la Compañía

## **6.10 OBTENER RESOLUCIÓN PARA LA APROBACIÓN**

La Superintendencia de Compañías nos entregará las Escrituras aprobadas con un extracto y 3 resoluciones de aprobación de la Escritura.

Los requisitos para realizar este trámite son:

- Recibo entregado por la Superintendencia de Compañías al momento de presentar la solicitud.

## **6.11. ELABORACIÓN DE NOMBRAMIENTOS**

Una vez inscritas las Escrituras se deberán elaborar los nombramientos de la directiva (Gerente y Presidente)

## **6.12 INSCRIPCIÓN DEL NOMBRAMIENTO EN EL REGISTRO MERCANTIL**

Los nombramientos deberán ser inscritos en el Registro Mercantil

Los documentos que se necesitan para este trámite son:

- Tres copias de cada Nombramiento
- Copia de las Escrituras de Constitución
- Copias de cédula y papeleta de votación del Presidente y Gerente

### **6.13 REGISTRO EN LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS**

Se debe reingresar las Escrituras a la Superintendencia de Compañías para el otorgamiento de cuatro hojas de datos de la Compañía.

Los documentos que necesitas son:

- Formulario RUC 01A
- Formulario RUC 01B
- Nombramientos Gerente y Presidente inscritos en el Registro Mercantil
- Copias de cédulas y papeletas de votación de Gerente y Presidente
- Tercera copia certificada de la Escritura de Constitución debidamente inscrita en el Registro Mercantil.
- Una copia de la panilla de luz o agua del lugar donde tendrá su domicilio la Compañía
- Publicación del extracto

#### **6.13.1. RUC**

Reingresadas las Escrituras se entregarán las hojas de datos de la Compañía que permitirán obtener el RUC.

Los requisitos que se necesitan para sacar el RUC:

- Formulario 01A con sello de recepción de la Superintendencia de Compañías.
- Formulario 01B con sello de recepción de la Superintendencia de Compañías
- Original y copia de los nombramientos Gerente y Presidente inscritos en el Registro Mercantil.
- Original y copia de la Escritura de constitución debidamente inscrita en el Registro Mercantil.
- Original y copia de la cédula de identidad y papeleta de votación del Representante Legal.
- Una copia de la planilla de luz, agua, teléfono, pago del impuesto predial del lugar donde estará domiciliada la Compañía a nombre de la misma o, contrato de arrendamiento. Cualquiera de estos documentos a nombre de la Compañía o del Representante Legal.
- Si no es posible la entrega de estos documentos, una carta por el propietario del lugar donde ejercerá su actividad la Compañía, indicando que les cede el uso gratuito.
- Original y copia de las 4 hojas de datos que entrega la Superintendencia de Compañías.
- Si el trámite lo realiza un tercero deberá adjuntar una carta firmada por el Representante Legal autorizando.

## **6.14 RETIRAR LA CUENTA DE INTEGRACIÓN DE CAPITAL**

Una vez que se obtenga el RUC de la Compañía, éste debe ser presentado a la Superintendencia de Compañías para que se emita la autorización de retirar el valor depositado para aperturar la cuenta de Integración de Capital.

Los documentos que se necesita son:

- Carta de la Superintendencia de Compañías solicitando al banco se devuelva los fondos depositados para aperturar la cuenta de Integración de Capital.
- Copia de cédula del Representante Legal y de los accionistas de la Compañía.
- Solicitud de retiro de los depósitos de la cuenta de Integración de Capital, indicar en dicha solicitud si el dinero lo puede retirar un tercero.

## **6.15 REGISTRO MERCANTIL**

Para obtener el Registro Mercantil se necesita los siguientes requisitos:

- Original y copia del nombramiento del Representante Legal.
- Original y copia de la cedula de ciudadanía del representante.
- Original y copia de la papeleta de votación del representante.
- Ultima factura de agua, luz o teléfono.

## **6.16. PERMISOS MUNICIPALES**

### **6.16.1 PATENTE MUNICIPAL**

El Municipio es el encargado de otorgar los permisos a las empresas sobre los activos que estos posee y tiene que ser renovados anualmente, de acuerdo a su crecimiento.

Los requisitos para sacar la patente municipal son:

- Solicitud de patente.
- Copia de la cédula y papeleta de votación de la persona que va a realizar la actividad económica.
- Constitución de la empresa o acuerdo ministerial para personas jurídicas que también deberán acompañar una copia de cédula, papeleta de votación
- Nombramiento del representante legal.
- Copia del RUC
- Croquis de la Ubicación de la empresa.
- Permiso del cuerpo de Bomberos.
- Pago del impuesto predial.

#### **6.16.2 PERMISO SANITARIO**

El permiso de control sanitario es importante para la actividad de comida, ya que es importante estar bajo el control sanitario.

Los requisitos son:

- Categorización de los locales nuevo que otorga el departamento de control sanitario.
- Comprobante de pago de la patente.
- Certificados de salud de las personas que trabajan en la empresa.
- Informe de control sanitario acerca del cumplimiento de requisitos para la actividad.
- Copia de cedula y papeleta de votación.

### **6.16.3. PERMISO DEL CUERPO DE BOMBEROS**

Se debe realizar una solicitud al cuerpo de bomberos, ellos acudirán al lugar para realizar la inspección y emitir el informe y previo se deberá realizar el pago.

Permiso Sanitario de Funcionamiento

Este permiso es muy importante para poder desarrollar la venta de comida ya que es muy importante encontrarse bajo el permiso sanitario.

Los requisitos son:

- Categorización para locales nuevos otorgado por el departamento de control sanitario.
- Comprobante de pago de la patente
- Certificados de las personas que trabajan en la empresa.
- Informe de control sanitario acerca del cumplimiento de requisitos para la actividad.
- Copia de cedula y papeleta de votación actualizada

### **6.17 INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIOAL (IESS)**

El Instituto de Seguridad Social (IESS) es el encargado asignar a las empresas nueva el número patronal que asegura los beneficios dl trabajo.

Para poder obtener el número patronal es precisa de los siguientes requisitos.

- Copia de la escritura publica
- Copia del RUC
- Copia del nombramiento del Representante Legal inscrito en el registro Mercantil.
- Copia de cedula del representante legal

- Copia de los contratos legalizados en el Ministerio,
- Copia del último pago del agua luz y teléfono.

#### **6.18 PERMISO DE CAPTUR**

- Copia de cédula
- Copia de certificado de votación actualizado
- Solicitud de afiliación
- Copia del RUC
- Copia de la patente municipal
- Copia d escrituras.

**CAPITULO VII**  
**ESTUDIO FINANCIERO**

## 7.1 INTRODUCCIÓN

El Estudio Financiero es muy importante dentro de los proyectos de inversión es la etapa donde se determina si un proyecto es factible o no.

Este capítulo sintetiza la información monetaria y se analiza el financiamiento con el fin de determinar las condiciones de rentabilidad con la que retorna la inversión.

## 7.2 INVERSIÓN DE LA PROPUESTA

La inversión de la propuesta es el desembolso de recursos financieros mediante el cual se adquieren bienes con el ánimo de obtener unos ingresos a largo tiempo.<sup>12</sup>

**TABLA 27**

<b>INVERSIÓN INICIAL</b>		
<b>ESPECIFICACIÓN</b>	<b>DETALLE</b>	<b>TOTAL</b>
<b>INVERSIÓN FIJA</b>		
Equipos de Cocina	\$ 11.913,60	
Muebles y enseres	\$ 1.802,34	
Equipo de oficina	\$ 2.305,16	
Vajilla y menaje	\$ 4.719,44	
Menaje de cocina	\$ 1.365,83	
Uniformes	\$ 370,80	
<b>SUBTOTAL INVERSIÓN FIJA TANGIBLE</b>		<b>\$ 22.477,17</b>
<b>INTANGIBLES</b>		
Gastos de Constitución	\$ 1.230,00	
Capacitación Personal	\$ 400,00	
<b>SUBTOTAL INVERSIÓN INTANGIBLE</b>		<b>\$ 1.630</b>
<b>TOTAL INVERSIÓN FIJA</b>		<b>\$ 24.107,17</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>		
Insumos	\$ 799,27	
Mano de Obra Directa	\$ 4.615,54	
Mano de Obra Indirecta	\$ 3.166,57	
Gastos Administrativos	\$ 7.218,02	
Materia Prima	\$ 22.782,24	
Servicios Básicos	\$ 308,13	
Préstamo	\$ 765,47	

<sup>12</sup> SAPPAG CHAIN, NASSIR. Fundamentos de Preparación de proyectos.

<b>SUBTOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>		<b>\$ 39.655,25</b>
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 63.762,42</b>

### 7.3 FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Es la manera de cómo una empresa puede allegarse de fondos o recursos financieros para llevar a cabo sus metas de crecimiento y progreso.

**TABLA 28**

<b>FINANCIAMIENTO</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>APORTE SOCIOS</b>	<b>PRÉSTAMO BF</b>	<b>MONTO</b>
INVERSIÓN FIJA	\$ -	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 22.996,95	\$ -	\$ 22.996,95
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 22.996,95</b>	<b>\$ 40.000,00</b>	<b>\$ 62.996,95</b>

Elaborado: Teresa Ruales V.

### 7.4 ACTIVOS FIJOS

Las inversiones en activos fijos son todas aquellas que corresponde a la adquisición de todos los activos fijos necesarios para realizar las operaciones de la empresa. Para efectos contables los activos fijos están sujetos a depreciaciones, lo cual afectara los resultados de la evaluación para su efecto en el cálculo de impuestos.

#### 7.4.1 EQUIPOS DE COCINA

Los equipos de cocina son la base fundamental para el desarrollo de la propuesta siendo estos los activos de mayor énfasis al momento de adquirirlos ya sea por durabilidad calidad y garantía.

**TABLA 29**

EQUIPOS DE COCINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR U.	VALOR TOTAL
Cocina Industrial de 4 quemadores	1	\$ 850,00	\$ 850,00
Cocina Industrial de 2 quemadores	1	\$ 450,00	\$ 450,00
Termokin para cuarto frio	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Cuarto frio	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Refrigerador	1	\$ 750,00	\$ 750,00
Licuada semi-industrial	2	\$ 200,00	\$ 400,00
Lavadora industrial	1	\$ 900,00	\$ 900,00
Balanza Digital	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Bandeja de acero inoxidable de 4" profundidad	4	\$ 100,00	\$ 400,00
Freidora	1	\$ 350,00	\$ 350,00
Horno Industrial 4 latas	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Microondas	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Plancha	1	\$ 400,00	\$ 400,00
Mesas de acero inoxidable	3	\$ 800,00	\$ 2.400,00
		<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 11.680,00</b>
		Imprevistos 2%	<b>\$ 233,60</b>
		<b>TOTAL</b>	<b>\$ 11.913,60</b>

Elaborado: Teresa Ruales V.

#### 7.4.2. MENAJE DE COCINA

El menaje de cocina son las herramientas necesarias para el procesamiento de la materia prima, se detalla a continuación los utensilios a utilizar en el proyecto:

**TABLA 30**

MENAJE DE COCINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR U.	VALOR TOTAL
Ablandador de carne	1	\$ 10,00	\$ 10,00
Abridor de latas	1	\$ 8,80	\$ 8,80
Afilador	2	\$ 14,03	\$ 28,06
Balanza	2	\$ 15,41	\$ 30,82
Batidor de barrilla grande	1	\$ 10,43	\$ 10,43
Batidor de barrilla mediano	1	\$ 8,70	\$ 8,70
Boquillas varios tipos	10	\$ 2,00	\$ 20,00

Bowl grande	4	\$ 8,36	\$ 33,44
Bowl mediano	4	\$ 7,33	\$ 29,32
Bowl pequeño	4	\$ 1,27	\$ 5,08
Cernidor de doble malla	2	\$ 6,45	\$ 12,90
Colador chino	2	\$ 11,78	\$ 23,56
Cucharon 3 onzas	2	\$ 3,17	\$ 6,34
Cucharon 8 onzas	2	\$ 4,30	\$ 8,60
Cucharon 12 onzas	2	\$ 5,70	\$ 11,40
Cucharon 24 onzas	1	\$ 11,36	\$ 11,36
Cuchillo de 10"	2	\$ 13,86	\$ 27,72
Cuchillo fileteador	2	\$ 24,80	\$ 49,60
Espuma de malla	1	\$ 5,76	\$ 5,76
Exprimidor de cítricos	2	\$ 6,20	\$ 12,40
Manga pastelera 18"	2	\$ 6,10	\$ 12,20
Manga pastelera 12"	1	\$ 5,35	\$ 5,35
Ollas grandes	4	\$ 50,23	\$ 200,92
Ollas medianas	4	\$ 45,12	\$ 180,48
Ollas pequeñas	4	\$ 39,10	\$ 156,40
Paila grande	3	\$ 34,04	\$ 102,12
Pelador	2	\$ 4,45	\$ 8,90
Pinzas multiusos	4	\$ 1,92	\$ 7,68
Puntilla	3	\$ 10,12	\$ 30,36
Rallador acero inoxidable	2	\$ 5,58	\$ 11,16
Sartén grande	2	\$ 46,42	\$ 92,84
Sartén mediano	2	\$ 22,23	\$ 44,46
Sartén pequeño	2	\$ 11,50	\$ 23,00
Tabla de picar	4	\$ 15,84	\$ 63,36
Tamalera	1	\$ 34,33	\$ 34,33
Tenedor de acero inoxidable	2	\$ 5,60	\$ 11,20
		<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 1.339,05</b>
Elaborado: Teresa Ruales V.		<b>Imprevistos 2%</b>	<b>\$ 26,78</b>
		<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.365,83</b>

### 7.4.3 VAJILLA Y MENAJE

La vajilla y menaje son los elementos empleados para servir la comida al personal de la empresa ITAL PRODOTI, y estos son.

**TABLA 31**

VAJILLA Y MENAJE			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR U.	VALOR TOTAL
Plato Sopero	220	\$ 2,79	\$ 613,80
Plato trincherero	220	\$ 2,79	\$ 613,80
Plato base	220	\$ 3,00	\$ 660,00
Plato postre	220	\$ 1,38	\$ 303,60
Platillo	220	\$ 1,38	\$ 303,60
Tazas	220	\$ 2,09	\$ 459,80
Cuchara soperas (docena)	19	\$ 11,48	\$ 218,12
Tenedor (docena)	19	\$ 13,27	\$ 252,13
Cuchillo (docena)	19	\$ 11,48	\$ 218,12
Cuchara de Café (docena)	19	\$ 7,33	\$ 139,27
Cuchara de postre (docena)	19	\$ 4,18	\$ 79,42
Vasos (docena)	20	\$ 0,50	\$ 10,00
Jarras	20	\$ 1,40	\$ 28,00
Saleros	8	\$ 2,09	\$ 16,72
Pimenteros	8	\$ 2,09	\$ 16,72
Azucareras	8	\$ 2,30	\$ 18,40
Bandeja Plástica	220	\$ 3,07	\$ 675,40
		<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 4.626,90</b>
Elaborado: Teresa Ruales V.		Imprevistos 2%	<b>\$ 92,54</b>
		<b>TOTAL</b>	<b>\$ 4.719,44</b>

**7.4.4 MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA**

Los muebles y enseres de oficina son los elementos necesarios para el desarrollo de las actividades en el área administrativa.

**TABLA 32**

MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR U.	VALOR TOTAL
Escritorio Ejecutivo	3	\$ 280,00	\$ 840,00
Sillón	3	\$ 129,00	\$ 387,00
Archivador vertical	2	\$ 150,00	\$ 300,00
Sillas	4	\$ 60,00	\$ 240,00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$ 1.767,00</b>
Imprevistos 2%			<b>\$ 35,34</b>
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1.802,34</b>

Elaborado: Teresa Ruales V.

#### 7.4.5 UNIFORMES

Los uniformes que utilizará el personal serán elaborados con los colores apropiados a la imagen de la empresa.

**TABLA 33**

UNIFORMES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR U.	VALOR TOTAL
uniformes de personal	9	\$ 40,00	\$ 360,00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$ 360,00</b>
Imprevistos 2%			<b>\$ 10,80</b>
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 370,80</b>

Elaborado: Teresa Ruales V.

#### 7.4.6 EQUIPOS DE OFICINA

Los equipos de oficina con el complemento necesario para implementar el departamento administrativo quien está a cargo de realizar el control al personal de la planta.

**TABLA 34**

EQUIPOS DE OFICINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR U.	VALOR TOTAL
Computadora	3	\$ 650,00	\$ 1.950,00
Impresora	1	\$ 95,00	\$ 95,00
Teléfono/ Fax	1	\$ 100,00	\$ 100,00

Teléfono	2	\$ 19,98	\$ 39,96
Calculadora	3	\$ 25,00	\$ 75,00
		<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 2.259,96</b>
		Imprevistos 2%	<b>\$ 45,20</b>
		<b>TOTAL</b>	<b>\$ 2.305,16</b>

Elaborado: Teresa Ruales V.

## 7.5 ACTIVOS INTANGIBLES O DIFERIDOS.

Son aquellos recursos que son pagados para obtener un beneficio futuro entre los cuales se encuentran los gastos anticipados, los cargos diferidos que representan bienes o servicios recibidos.

### 7.5.1 GASTOS PREOPERATIVOS

Los gastos preoperativos es un concepto que se utiliza cuando se crea un nueva empresa, cuando apenas se está poniendo en marcha, de allí que este tipo de gastos se conocen como preoperativos, puesto que corresponde a las erogaciones en que se debe incurrir en la etapa previa al inicio de las operaciones.

**TABLA 35**

GASTOS PREOPERATIVO	
DESCRIPCIÓN	TOTAL
Gastos de Constitución	\$ 1.230,00
Capacitación Personal	\$ 400,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.630,00</b>

Elaborado: Teresa Ruales V.

## 7.6 DEPRECIACIONES DE ACTIVOS.

Esto sucede cuando el activo pierde su valor a través del tiempo por causa del deterioro natural, se dice que el activo se deprecia. La disminución periódica del valor de tal activo se llama depreciación y esta depreciación es justamente otro gasto que incurre en el negocio.

**TABLA 36**

CONCEPTO	VALOR	VIDA UTIL (años)	DEPREC. ANUAL
Equipos de Cocina	\$ 11.913,60	10	\$ 1.191,36
Menaje de Cocina	\$ 1.365,83	2	\$ 682,92
Vajilla y Menaje	\$ 4.719,44	2	\$ 2.359,72
Muebles y Enseres de Oficina	\$ 1.802,34	10	\$ 180,23
Equipos de Oficina	\$ 2.305,16	10	\$ 230,52
Uniformes	\$ 370,80	2	\$ 185,40
TOTAL DEPRECIACION			\$ 4.830,14

Elaborado: Teresa Ruales V.

**Tabla 37**

CONCEPTO	1 AÑO	2 AÑO	3 AÑO	4 AÑO	5 AÑO
Equipos de Cocina	\$ 1.191,36	\$ 1.191,36	\$ 1.191,36	\$ 1.191,36	\$ 1.191,36
Menaje de Cocina	\$ 682,92	\$ 682,92			
Vajilla y Menaje	\$ 2.359,72	\$ 2.359,72			
Muebles y Enseres de Oficina	\$ 180,23	\$ 180,23	\$ 180,23	\$ 180,23	\$ 180,23
Equipos de Oficina	\$ 230,52	\$ 230,52	\$ 230,52	\$ 230,52	\$ 230,52
Uniformes	\$ 185,40	185,4			
<b>TOTAL DEPRECIACION</b>	<b>\$ 4.830,14</b>	<b>\$ 4.830,14</b>	<b>\$ 1.602,11</b>	<b>\$ 1.602,11</b>	<b>\$ 1.602,11</b>

Elaborado: Teresa Ruales V.

## 7.7 AMORTIZACIONES

Las amortizaciones se tomaron en base a los activos diferidos durante un período de cinco años.

**TABLA 38**

Amortización	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activos Diferidos	\$ 326,00	\$ 326,00	\$ 326,00	\$ 326,00	\$ 326,00
<b>Total Amortizaciones</b>	<b>\$ 326,00</b>				

## 7.8 CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo es aquel lo consideran como aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar durante un ciclo productivo.

**TABLA 39**

CAPITAL DE TRABAJO I TRIMESTRE			
CONCEPTO	MENSUAL	PERIODO	TOTAL
Insumos	\$ 266,42	3	\$ 799,27
Mano de obra directa	\$ 1.538,51	3	\$ 4.615,54
Mano de obra indirecta	\$ 1.055,52	3	\$ 3.166,57
Gastos administrativos	\$ 2.406,01	3	\$ 7.218,02
Servicios básicos	\$ 102,71	3	\$ 308,13
Materia prima	\$ 7.594,08	3	\$ 22.782,24
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>			<b>\$ 38.889,78</b>

Elaborado: Teresa Ruales V.

**TABLA 40**

INSUMOS			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR U.	VALOR TOTAL
Basurero grande	3	\$ 15,00	\$ 45,00
Basurero pequeño	2	\$ 6,00	\$ 12,00
Detergente 100 gr.	4	\$ 3,15	\$ 12,60
Desinfectante	4	\$ 5,30	\$ 21,20
Dispensador de jabón	2	\$ 10,50	\$ 21,00

Escobas	4	\$ 2,50	\$ 10,00
Estropajos	10	\$ 0,50	\$ 5,00
Fundas de basura 10 unidades	10	\$ 3,98	\$ 39,80
Guantes	6	\$ 3,90	\$ 23,40
Jabón líquido	3	\$ 2,10	\$ 6,30
Lava vajillas 500 gr.	8	\$ 2,00	\$ 16,00
Papel higiénico 12 unidades	3	\$ 7,80	\$ 23,40
Recogedor de basura	3	\$ 3,70	\$ 11,10
Trapeador	3	\$ 2,00	\$ 6,00
Villeda	6	\$ 1,40	\$ 8,40
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$ 261,20</b>
Imprevistos 2%			<b>\$ 5,22</b>
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 266,42</b>

Elaborado: Teresa Ruales V.

**TABLA 41**

SERVICIOS BÁSICOS	
DESCRIPCIÓN	TOTAL
Gas	\$ 34,00
Teléfono	\$ 15,00
Internet	\$ 53,71
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 102,71</b>

Elaborado: Teresa Ruales V.

## 7.9 FINANCIAMIENTO

Para el desarrollo de este proyecto se determinará que el 62,73% de la inversión será financiado mediante un crédito en el Banco Fomento con una tasa de interés del 11.20% en un plazo de 6 años, y el 37,27% restantes de la inversión serán financiados por medio de capital propio.

**TABLA 42**

<b>FINANCIAMIENTO</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>APORTE SOCIOS</b>	<b>PRÉSTAMO BF</b>	<b>MONTO</b>
INVERSIÓN FIJA	\$ -	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 22.996,95	\$ -	\$ 22.996,95
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 22.996,95</b>	<b>\$ 40.000,00</b>	<b>\$ 62.996,95</b>
<b>PORCENTAJE</b>	<b>37%</b>	<b>63%</b>	<b>100%</b>

Elaborado: Teresa Ruales V.

### 7.10 PRÉSTAMO

Las cuotas que se pagaran del préstamo serán cantidades iguales durante los 6 años, a continuación se presenta el cálculo determinado que se pagara cada mes durante cada año del préstamo.

**TABLA 43**

<b>AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO BANCO DE FOMENTO</b>					
<b>MONTO A FINANCIAR (INVERSIÓN FIJA)</b>					\$ 40.000,00
<b>INTERÉS EN PORCENTAJE ANUAL</b>					<b>11,20</b>
<b>PLAZO DEL PRÉSTAMO</b>					<b>(6 AÑOS X 12 MESE)=</b>
<b>CUOTA FIJA MENSUAL</b>					<b>\$ 72,00</b>
					<b>\$ 765,47</b>
<b>MESES DEL AÑO</b>	<b>CUOTA FIJA</b>	<b>INTERÉS</b>	<b>PAGO CAPITAL</b>	<b>SALDO DEUDA</b>	<b>DEUDA CAPITAL</b>
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 55.113,84	\$ 40.000,00
ENERO	\$ 765,47	\$ 373,33	\$ 392,14	\$ 54.348,37	\$ 39.607,86
FEBRERO	\$ 765,47	\$ 369,67	\$ 395,80	\$ 53.582,90	\$ 39.212,06
MARZO	\$ 765,47	\$ 365,98	\$ 399,49	\$ 52.817,43	\$ 38.812,57
ABRIL	\$ 765,47	\$ 362,25	\$ 403,22	\$ 52.051,96	\$ 38.409,35
MAYO	\$ 765,47	\$ 358,49	\$ 406,98	\$ 51.286,49	\$ 38.002,37
JUNIO	\$ 765,47	\$ 354,69	\$ 410,78	\$ 50.521,02	\$ 37.591,59
JULIO	\$ 765,47	\$ 350,85	\$ 414,62	\$ 49.755,55	\$ 37.176,97
AGOSTO	\$ 765,47	\$ 346,99	\$ 418,48	\$ 48.990,08	\$ 36.758,49
SEPTIEMBRE	\$ 765,47	\$ 343,08	\$ 422,39	\$ 48.224,61	\$ 36.336,10
OCTUBRE	\$ 765,47	\$ 339,14	\$ 426,33	\$ 47.459,14	\$ 35.909,77
NOVIEMBRE	\$ 765,47	\$ 335,16	\$ 430,31	\$ 46.693,67	\$ 35.479,46

DICIEMBRE	\$ 765,47	\$ 331,14	\$ 434,33	\$ 45.928,20	\$ 35.045,13
<b>PRIMER AÑO</b>	<b>\$ 9.185,64</b>	<b>\$ 4.230,77</b>	<b>\$ 4.954,87</b>		
ENERO	\$ 765,47	\$ 327,09	\$ 438,38	\$ 45.162,73	\$ 34.606,75
FEBRERO	\$ 765,47	\$ 323,00	\$ 442,47	\$ 44.397,26	\$ 34.164,28
MARZO	\$ 765,47	\$ 318,87	\$ 446,60	\$ 43.631,79	\$ 33.717,68
ABRIL	\$ 765,47	\$ 314,70	\$ 450,77	\$ 42.866,32	\$ 33.266,91
MAYO	\$ 765,47	\$ 310,49	\$ 454,98	\$ 42.100,85	\$ 32.811,93
JUNIO	\$ 765,47	\$ 306,24	\$ 459,23	\$ 41.335,38	\$ 32.352,70
JULIO	\$ 765,47	\$ 301,96	\$ 463,51	\$ 40.569,91	\$ 31.889,19
AGOSTO	\$ 765,47	\$ 297,63	\$ 467,84	\$ 39.804,44	\$ 31.421,35
SEPTIEMBRE	\$ 765,47	\$ 293,27	\$ 472,20	\$ 39.038,97	\$ 30.949,15
OCTUBRE	\$ 765,47	\$ 288,86	\$ 476,61	\$ 38.273,50	\$ 30.472,54
NOVIEMBRE	\$ 765,47	\$ 284,41	\$ 481,06	\$ 37.508,03	\$ 29.991,48
DICIEMBRE	\$ 765,47	\$ 279,92	\$ 485,55	\$ 36.742,56	\$ 29.505,93
<b>SEGUNDO AÑO</b>	<b>\$ 9.185,64</b>	<b>\$ 3.646,44</b>	<b>\$ 5.539,20</b>		

<b>AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO (continuación)</b>					
<b>MESES DEL AÑO</b>	<b>CUOTA FIJA</b>	<b>INTERÉS</b>	<b>PAGO CAPITAL</b>	<b>SALDO DEUDA</b>	<b>DEUDA CAPITAL</b>
ENERO	\$ 765,47	\$ 275,39	\$ 490,08	\$ 35.977,09	\$ 29.015,85
FEBRERO	\$ 765,47	\$ 270,81	\$ 494,66	\$ 35.211,62	\$ 28.521,19
MARZO	\$ 765,47	\$ 266,20	\$ 499,27	\$ 34.446,15	\$ 28.021,92
ABRIL	\$ 765,47	\$ 261,54	\$ 503,93	\$ 33.680,68	\$ 27.517,99
MAYO	\$ 765,47	\$ 256,83	\$ 508,64	\$ 32.915,21	\$ 27.009,35
JUNIO	\$ 765,47	\$ 252,09	\$ 513,38	\$ 32.149,74	\$ 26.495,97
JULIO	\$ 765,47	\$ 247,30	\$ 518,17	\$ 31.384,27	\$ 25.977,80
AGOSTO	\$ 765,47	\$ 242,46	\$ 523,01	\$ 30.618,80	\$ 25.454,79
SEPTIEMBRE	\$ 765,47	\$ 237,58	\$ 527,89	\$ 29.853,33	\$ 24.926,90
OCTUBRE	\$ 765,47	\$ 232,65	\$ 532,82	\$ 29.087,86	\$ 24.394,08
NOVIEMBRE	\$ 765,47	\$ 227,68	\$ 537,79	\$ 28.322,39	\$ 23.856,29
DICIEMBRE	\$ 765,47	\$ 222,66	\$ 542,81	\$ 27.556,92	\$ 23.313,48
<b>TERCER AÑO</b>	<b>\$ 9.185,64</b>	<b>\$ 2.993,19</b>	<b>\$ 6.192,45</b>		
ENERO	\$ 765,47	\$ 217,59	\$ 547,88	\$ 26.791,45	\$ 22.765,60
FEBRERO	\$ 765,47	\$ 212,48	\$ 552,99	\$ 26.025,98	\$ 22.212,61
MARZO	\$ 765,47	\$ 207,32	\$ 558,15	\$ 25.260,51	\$ 21.654,46
ABRIL	\$ 765,47	\$ 202,11	\$ 563,36	\$ 24.495,04	\$ 21.091,10
MAYO	\$ 765,47	\$ 196,85	\$ 568,62	\$ 23.729,57	\$ 20.522,48
JUNIO	\$ 765,47	\$ 191,54	\$ 573,93	\$ 22.964,10	\$ 19.948,55
JULIO	\$ 765,47	\$ 186,19	\$ 579,28	\$ 22.198,63	\$ 19.369,27
AGOSTO	\$ 765,47	\$ 180,78	\$ 584,69	\$ 21.433,16	\$ 18.784,58
SEPTIEMBRE	\$ 765,47	\$ 175,32	\$ 590,15	\$ 20.667,69	\$ 18.194,43
OCTUBRE	\$ 765,47	\$ 169,81	\$ 595,66	\$ 19.902,22	\$ 17.598,77
NOVIEMBRE	\$ 765,47	\$ 164,26	\$ 601,21	\$ 19.136,75	\$ 16.997,56
DICIEMBRE	\$ 765,47	\$ 158,64	\$ 606,83	\$ 18.371,28	\$ 16.390,73
<b>CUARTO AÑO</b>	<b>\$ 9.185,64</b>	<b>\$ 2.262,89</b>	<b>\$ 6.922,75</b>		
ENERO	\$ 765,47	\$ 152,98	\$ 612,49	\$ 17.605,81	\$ 15.778,24
FEBRERO	\$ 765,47	\$ 147,26	\$ 618,21	\$ 16.840,34	\$ 15.160,03
MARZO	\$ 765,47	\$ 141,49	\$ 623,98	\$ 16.074,87	\$ 14.536,05
ABRIL	\$ 765,47	\$ 135,67	\$ 629,80	\$ 15.309,40	\$ 13.906,25
MAYO	\$ 765,47	\$ 129,79	\$ 635,68	\$ 14.543,93	\$ 13.270,57
JUNIO	\$ 765,47	\$ 123,86	\$ 641,61	\$ 13.778,46	\$ 12.628,96
JULIO	\$ 765,47	\$ 117,87	\$ 647,60	\$ 13.012,99	\$ 11.981,36
AGOSTO	\$ 765,47	\$ 111,83	\$ 653,64	\$ 12.247,52	\$ 11.327,72
SEPTIEMBRE	\$ 765,47	\$ 105,73	\$ 659,74	\$ 11.482,05	\$ 10.667,98
OCTUBRE	\$ 765,47	\$ 99,57	\$ 665,90	\$ 10.716,58	\$ 10.002,08
NOVIEMBRE	\$ 765,47	\$ 93,35	\$ 672,12	\$ 9.951,11	\$ 9.329,96
DICIEMBRE	\$ 765,47	\$ 87,08	\$ 678,39	\$ 9.185,64	\$ 8.651,57
<b>QUINTO AÑO</b>	<b>\$ 9.185,64</b>	<b>\$ 1.446,48</b>	<b>\$ 7.739,16</b>		

<b>AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO (continuación)</b>					
<b>MESES DEL AÑO</b>	<b>CUOTA FIJA</b>	<b>INTERÉS</b>	<b>PAGO CAPITAL</b>	<b>SALDO DEUDA</b>	<b>DEUDA CAPITAL</b>
ENERO	\$ 765,47	\$ 80,75	\$ 684,72	\$ 8.420,17	\$ 7.966,85
FEBRERO	\$ 765,47	\$ 74,36	\$ 691,11	\$ 7.654,70	\$ 7.275,74
MARZO	\$ 765,47	\$ 67,91	\$ 697,56	\$ 6.889,23	\$ 6.578,18
ABRIL	\$ 765,47	\$ 61,40	\$ 704,07	\$ 6.123,76	\$ 5.874,11
MAYO	\$ 765,47	\$ 54,83	\$ 710,64	\$ 5.358,29	\$ 5.163,47
JUNIO	\$ 765,47	\$ 48,19	\$ 717,28	\$ 4.592,82	\$ 4.446,19
JULIO	\$ 765,47	\$ 41,50	\$ 723,97	\$ 3.827,35	\$ 3.722,22
AGOSTO	\$ 765,47	\$ 34,74	\$ 730,73	\$ 3.061,88	\$ 2.991,49
SEPTIEMBRE	\$ 765,47	\$ 27,92	\$ 737,55	\$ 2.296,41	\$ 2.253,94
OCTUBRE	\$ 765,47	\$ 21,04	\$ 744,43	\$ 1.530,94	\$ 1.509,51
NOVIEMBRE	\$ 765,47	\$ 14,09	\$ 751,38	\$ 765,47	\$ 758,13
DICIEMBRE	\$ 765,47	\$ 7,08	\$ 758,39	-\$ 0,00	-\$ 0,26
<b>SEXTO AÑO</b>	<b>\$ 9.185,64</b>	<b>\$ 533,81</b>	<b>\$ 8.651,83</b>		
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 55.113,84</b>	<b>\$ 15.113,58</b>	<b>\$ 40.000</b>		

Elaborado: Teresa Ruales V.

## **7.11 DETERMINACION DE COSTOS<sup>13</sup>**

Constituye la valoración monetaria del gasto originado por la utilización o consumo de un factor productivo, se distinguen para determinar el costo total de un producto, los costos fijos y costos variables que sumados dan el desembolso inicial que aporta el empresario para comenzar la producción.

Los costos se pueden clasificar de la siguiente manera:

### **7.11.1 COSTO DE PRODUCCION**

Son todos los valores relacionados con la elaboración del producto final

<sup>13</sup> FLOR GARCIA, GARY, Guía para crea y desarrollar su propia empresa.

### **7.11.2 COSTO DE MATERIA PRIMA**

El costo de materia prima son todos los materiales utilizados para la elaboración de un producto o bien final, en esta propuesta para el cálculo de la materia prima se lo hace por medio de la receta estándar.

### **7.11.3 COSTO DE MANO DE OBRA**

El costo de la mano de obra se determina de acuerdo a lo estipulado por la Ley donde se encuentran incluidos todos los beneficios de ley que le corresponde al trabajador.

#### **7.11.3.1 COSTOS DE MANO DE OBRA DIRECTA**

El costo de mano de obra directa es aquella que está directamente relacionada con la producción de la materia prima.

**TABLA 44**

<b>COSTOS DE OBRA DIRECTA</b>	
<b>CARGO</b>	<b>VALOR</b>
Cocinero	\$ 513,42
Ayudante 1	\$ 341,70
Ayudante 2	\$ 341,70
Ayudante 3	\$ 341,70
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.538,52</b>

Elaborado: Teresa Ruales V.

#### **7.11.3.2 COSTOS DE MANO DE OBRA INDIRECTA**

El costo de mano de obra indirecta es aquella que no esta relacionada directamente con la producción de la materia prima.

**TABLA 45**

COSTOS DE OBRA INDIRECTA	
CARGO	VALOR
Bodeguero	\$ 372,13
Mesero	\$ 341,70
Lavaplatos	\$ 341,70
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.055,53</b>

Elaborado: Teresa Ruales V.

#### 7.11.3.2.1 COSTOS ADMINISTRATIVOS

Los costos administrativos están todos los cargos del área administrativa del proyecto y no tiene relación directa con la producción de la materia prima.

**TABLA 46**

COSTOS ADMINISTRATIVOS	
CARGO	VALOR
Gerente	\$ 1.111,20
Secretaria	\$ 404,74
Contador	\$ 676,45
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 2.192,39</b>

Elaborado: Teresa Ruales V.

**TABLA 47**

COSTO MANO DE OBRA								
				PROVISIONES			TOTAL	
CARGO	SUELDO	DECIMO 3	DECIMO 4	VACACIONES	IEES	FONDO RESERVA	MENSUAL	ANUAL
Gerente	\$ 1.000,00	\$ 83,33	\$ 24,33	\$ 41,70	\$ 121,50	\$ 83,34	\$ 1.111,20	\$ 13.334,44
Secretaria	\$ 350,00	\$ 29,17	\$ 24,33	\$ 14,60	\$ 42,53	\$ 29,17	\$ 404,74	\$ 4.856,83
Contador	\$ 600,00	\$ 50,00	\$ 24,33	\$ 25,02	\$ 72,90	\$ 50,00	\$ 676,45	\$ 8.117,45
Cocinero	\$ 450,00	\$ 37,50	\$ 24,33	\$ 18,77	\$ 54,68	\$ 37,50	\$ 513,42	\$ 6.161,08
Ayudante	\$ 292,00	\$ 24,33	\$ 24,33	\$ 12,18	\$ 35,48	\$ 24,34	\$ 341,70	\$ 4.100,36
Ayudante	\$ 292,00	\$ 24,33	\$ 24,33	\$ 12,18	\$ 35,48	\$ 24,34	\$ 341,70	\$ 4.100,36
Ayudante	\$ 292,00	\$ 24,33	\$ 24,33	\$ 12,18	\$ 35,48	\$ 24,34	\$ 341,70	\$ 4.100,36
Bodeguero	\$ 320,00	\$ 26,67	\$ 24,33	\$ 13,34	\$ 38,88	\$ 26,67	\$ 372,13	\$ 4.465,55
Mesero	\$ 292,00	\$ 24,33	\$ 24,33	\$ 12,18	\$ 35,48	\$ 24,34	\$ 341,70	\$ 4.100,36
Lavaplatos	\$ 292,00	\$ 24,33	\$ 24,33	\$ 12,18	\$ 35,48	\$ 24,34	\$ 341,70	\$ 4.100,36
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 4.180,00</b>	<b>\$ 348,33</b>	<b>\$ 243,30</b>	<b>\$ 174,31</b>	<b>\$ 507,87</b>	<b>\$ 348,36</b>	<b>\$ 4.786,43</b>	<b>\$ 57.437,17</b>

Elaborado: Teresa Ruales V.

#### 7.11.4 COSTO DE ADMINISTRACIÓN

El costo de administración son todos aquellos materiales que sirven para la realización de las actividades del área administrativa de la empresa.

**TABLA 48**

MATERIALES DE OFICINA 3 MESES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR U.	VALOR TOTAL
Bolígrafos	12	\$ 0,75	\$ 9,00
Borradores	5	\$ 0,50	\$ 2,50
Cartucho de Impresora	3	\$ 30,00	\$ 90,00
Clips (caja de 100 unidades)	2	\$ 0,80	\$ 1,60
Cinta adhesiva	10	\$ 0,30	\$ 3,00
Grapas (caja)	3	\$ 1,00	\$ 3,00
Grapadora	2	\$ 5,00	\$ 10,00
Hojas de papel bond (resmas)	6	\$ 4,40	\$ 26,40
Lapiceros	5	\$ 2,00	\$ 10,00
Mouse pad	3	\$ 1,50	\$ 4,50
Sellos	5	\$ 2,30	\$ 11,50
Tinta para sello	3	\$ 0,80	\$ 2,40
Tinta correctora	3	\$ 0,90	\$ 2,70
Perforadora	3	\$ 4,00	\$ 12,00
Tijeras	2	\$ 1,20	\$ 2,40
		<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 191,00</b>
		Imprevistos 2%	<b>\$ 3,82</b>
		<b>TOTAL</b>	<b>\$ 194,82</b>

Elaborado: Teresa Ruales V.

#### 7.12 INGRESOS

Los ingresos en el proyecto están determinados por el servicio de alimentación. La empresa ITAL PRODOTI, cuenta con 200 empleados los mismos que entran en 2 turnos, por esta razón se dará el desayuno reforzado y el almuerzo.

El precio del desayuno se fijo en \$2,14 y el almuerzo en \$2,78 según el estudio de mercado realizado con una atención de 20 días por mes y un total de 240 días al año.

Para determinar el precio del desayuno y el almuerzo nos basamos en la receta estándar arrojando como resultado \$1.61 desayuno y \$2.09 almuerzo a este valor se le incrementó el 33% de ganancia dándonos como resultado que el precio del desayuno será de \$2.14 y el almuerzo de \$2.78.

Para el cálculo de los ingresos, se ha tomando en consideración las necesidades de la empresa ITAL PRODOTI, ellos nos indicaron que el personal ingresará en dos turnos, el primer turno que es el de la mañana ingresarán 80 personas las misma que desayunaran y para el almuerzo se consideró 200 personas incluidas las 80 personas que ingresaran en el primer turno.

Formula del Cálculo Ingresos

Ingresos al Mes = ((#PAX\*2.14)\*# días mes)

**TABLA 49**

INGRESOS POR ALIMENTACIÓN			
	Desayuno Reforzado	Almuerzo	TOTAL
ENERO	\$ 3.424,00	\$ 11.120,00	\$ 14.544,00
FEBRERO	\$ 3.424,00	\$ 11.120,00	\$ 14.544,00
MARZO	\$ 3.424,00	\$ 11.120,00	\$ 14.544,00
ABRIL	\$ 3.424,00	\$ 11.120,00	\$ 14.544,00
MAYO	\$ 3.424,00	\$ 11.120,00	\$ 14.544,00
JUNIO	\$ 3.424,00	\$ 11.120,00	\$ 14.544,00
JULIO	\$ 3.424,00	\$ 11.120,00	\$ 14.544,00
AGOSTO	\$ 3.424,00	\$ 11.120,00	\$ 14.544,00
SEPTIEMBRE	\$ 3.424,00	\$ 11.120,00	\$ 14.544,00
OCTUBRE	\$ 3.424,00	\$ 11.120,00	\$ 14.544,00

NOVIEMBRE	\$ 3.424,00	\$ 11.120,00	\$ 14.544,00
DICIEMBRE	\$ 3.424,00	\$ 11.120,00	\$ 14.544,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 41.088,00</b>	<b>\$ 133.440,00</b>	<b>\$ 174.528,00</b>

Elaborado: Teresa Ruales V.

### **7.13 ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL**

El Estado de Situación inicial es un conjunto de datos ordenados de forma sistemática las cuentas del activo, pasivo y patrimonio donde informan la situación inicial de la empresa.

**TABLA 50**

<b>ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL</b>				
<b>ACTIVOS</b>			<b>PASIVO</b>	
Efectivo y Bancos	\$	38.889,78	Pasivo Corto Plazo	
Equipos de Cocina	\$	11.913,60	Pasivo Largo Plazo	\$ 40.000,00
Equipos de Oficina	\$	2.305,16	<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>\$ 40.000,00</b>
Muebles y Enseres	\$	1.802,34		
Vajilla y Menaje	\$	4.719,44	<b>PATRIMONIO</b>	
Uniformes	\$	370,80	Capital Social Pagado	\$ 22.996,95
Menaje de Cocina	\$	1.365,83	<b>TOTAL CAPITAL CONTABLE</b>	<b>\$ 22.996,95</b>
Activos Diferidos Preoperativos	\$	1.630,00		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$</b>	<b>62.996,95</b>	<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>\$ 62.996,95</b>

Elaborado: Teresa Ruales V.

#### **7.14 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS**

El estado de pérdidas o ganancias también conocido como estado de resultados es un documento que muestra de forma ordenada y detallada, la utilidad o pérdida del ejercicio contable.

Para los años siguientes de actividad se incrementara la Tasa de Inflación que es de 4.94% basándonos en la información del Banco Central.

**TABLA 51**

<b>ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS</b>					
<b>CONCEPTO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>INGRESOS:</b>	<b>\$ 174.528,00</b>	<b>\$ 183.149,68</b>	<b>\$ 192.197,28</b>	<b>\$ 201.691,82</b>	<b>\$ 211.655,40</b>
alojamiento		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
alimentos y bebidas	\$ 174.528,00	\$ 183.149,68	\$ 192.197,28	\$ 201.691,82	\$ 211.655,40
otro concepto		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>COSTOS VARIABLES:</b>	<b>\$ 124.093,09</b>	<b>\$ 130.223,29</b>	<b>\$ 136.656,32</b>	<b>\$ 143.407,14</b>	<b>\$ 150.491,45</b>
materia prima	\$ 91.128,96	\$ 95.630,73	\$ 100.354,89	\$ 105.312,42	\$ 110.514,85
mano de obra directa	\$ 18.462,17	\$ 19.374,20	\$ 20.331,29	\$ 21.335,65	\$ 22.389,63
costos indirectos fabricación	\$ 14.501,96	\$ 15.218,36	\$ 15.970,15	\$ 16.759,07	\$ 17.586,97
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$ 50.434,91</b>	<b>\$ 52.926,39</b>	<b>\$ 55.540,96</b>	<b>\$ 58.284,68</b>	<b>\$ 61.163,95</b>
<b>COSTOS FIJOS :</b>	<b>\$ 32.735,38</b>	<b>\$ 34.352,51</b>	<b>\$ 36.049,52</b>	<b>\$ 37.830,37</b>	<b>\$ 39.699,19</b>
gastos de administración	\$ 27.579,24	\$ 28.941,65	\$ 30.371,37	\$ 31.871,71	\$ 33.446,18
gastos de ventas		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
gastos depreciación	\$ 4.830,14	\$ 4.830,14	\$ 1.602,11	\$ 1.602,11	\$ 1.602,11
amortizaciones	\$ 326,00	\$ 342,10	\$ 359,00	\$ 376,74	\$ 395,35
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$ 17.699,53</b>	<b>\$ 18.573,89</b>	<b>\$ 19.491,44</b>	<b>\$ 20.454,31</b>	<b>\$ 21.464,76</b>
Gastos Financieros ( intereses )	\$ 4.230,77	\$ 3.646,44	\$ 2.993,19	\$ 2.262,89	\$ 1.446,48
<b>UTILIDAD ANTES DE TRABAJADORES E IMPUESTOS</b>	<b>\$ 13.468,76</b>	<b>\$ 14.927,45</b>	<b>\$ 16.498,25</b>	<b>\$ 18.191,42</b>	<b>\$ 20.018,28</b>
(-) 15% Participación Trabajadores	\$ 2.020,31	\$ 2.239,12	\$ 2.474,74	\$ 2.728,71	\$ 3.002,74
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$ 11.448,45</b>	<b>\$ 12.688,33</b>	<b>\$ 13.315,13</b>	<b>\$ 13.972,90</b>	<b>\$ 14.663,16</b>
(-) Impuesto a la Renta 22%	\$ 2.518,66	\$ 2.791,43	\$ 2.929,33	\$ 3.074,04	\$ 3.225,90
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 8.929,79</b>	<b>\$ 9.896,90</b>	<b>\$ 10.385,80</b>	<b>\$ 10.898,86</b>	<b>\$ 11.437,27</b>

Elaborado: Teresa Ruales V.

## **7.15 EVALUACION FINANCIERA**

### **7.15.1 FLUJO DE CAJA**

Un flujo de caja es la presentación sobre un cuadro, en cifras, para diversos períodos hacia el futuro, y para diversos ítems o factores, de cuando va a entrar o salir, físicamente, dinero.

El objetivo fundamental del flujo de caja es apreciar, por un periodo el resultado neto de ingreso de dinero menos giros de dinero, con esto nos permite medir la rentabilidad de los recursos propios.

### **7.15.2 TASA MÍNIMA DEL INVERSIONISTA**

Para sacar la tasa mínima del inversionista se suma la Tasa Pasiva, Tasa de Inflación y Riesgo país, con esta información se sabrá la rentabilidad mínima que espera obtener un inversionista en un proyecto.

**TABLA 52**

<b>Detalle</b>	<b>Valor</b>	<b>Porcentaje</b>
Tasa Pasiva Anual	4,53	5%
Tasa de Inflación	4,94	5%
Riesgo País	8,1	8%
<b>Tasa mínima del inversionista</b>	<b>17,57</b>	<b>18,00%</b>

### **7.15.3 TASA INTERNA DE RETORNO**

La tasa interna de retorno es un instrumento usado como indicador al evaluar la eficacia de una inversión, y sirve para identificar claramente el tiempo en que recuperaremos el capital asignado a una inversión.

#### **7.15.4 VALOR ACTUAL NETO**

El valor actual neto es la metodología que consiste en descontar al momento actual (es decir, actualizar mediante una tasa) todos los flujos de caja futuros del proyecto. A este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto.

**TABLA 53**

<b>FLUJO DE CAJA (EN DÓLARES)</b>						
<b>CONCEPTO</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Inversión Total	\$ 62.996,95					
<b>ENTRADAS DE EFECTIVO</b>						
<b>Utilidad Neta</b>		\$ 8.929,79	\$ 9.896,90	\$ 10.385,80	\$ 10.898,86	\$ 11.437,27
(+) Gastos depreciación		\$ 4.830,14	\$ 4.830,14	\$ 1.602,11	\$ 1.602,11	\$ 1.602,11
(+) Gastos Amortización		\$ 326,00	\$ 342,10	\$ 359,00	\$ 376,74	\$ 395,35
(+) Capital Prestado	\$ 40.000,00					
<b>SALIDAS DE EFECTIVO</b>		\$ (9.185,64)	\$ (9.185,64)	\$ (9.185,64)	\$ (9.185,64)	\$ (9.185,64)
(-) Pago préstamo		\$ 9.185,64	\$ 9.185,64	\$ 9.185,64	\$ 9.185,64	\$ 9.185,64
<b>INVERSIONES:</b>						
(-)Equipos de Cocina	\$ (11.913,60)					
(-) Vajilla y Menaje	\$ (1.365,83)					
(-) Muebles y Enseres de Oficina	\$ (1.802,34)					
(-) Equipos de Oficina	\$ (2.305,16)					
(-) capital de trabajo	\$ (22.996,95)					
(+) Recuperación Capital de Trabajo						
<b>FLUJO DE CAJA INICIAL</b>		\$ 22.996,95	\$ 27.897,24	\$ 33.780,74	\$ 36.942,02	\$ 40.634,09
<b>FLUJO DE CAJA FINAL</b>	\$ (22.996,95)	\$ 27.897,24	\$ 33.780,74	\$ 36.942,02	\$ 40.634,09	\$ 44.883,18
<b>VAN</b>	\$ 110.964,05					
<b>TIR</b>		134,00%				

Elaborado: Teresa Ruales V.

#### 7.15.4 PUNTO DE EQUILIBRIO.

El punto de equilibrio es usado comúnmente en las empresas u organizaciones para determinar la posible rentabilidad de vender determinado producto.

El cálculo del punto de equilibrio se lo realiza con la siguiente fórmula:

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

**TABLA 54**

PUNTO DE EQUILIBRIO	
CONCEPTO	VALOR
Costos Fijos	\$ 32.735,38
Costos Variables	\$ 124.093,09
Ventas 1 año	\$ 174.528,00
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	<b>\$ 113.279,48</b>

Elaborado: Teresa Ruales V.

#### 7.15.5 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

El periodo de recuperación de la inversión permite determinar el periodo de tiempo que se necesita para recupera al inversión inicial realizada por el inversionista.

Se calcula en base al Flujo de Caja Neto del inversionista de la siguiente manera:

$$PRI = n - 1 + \frac{(VP_n - 1 * (n - (n - 1)))}{(VP_n + VPN - 1)}$$

$$PRI = 1$$

El resultado nos indica que la inversión se recuperar en 1 año.

### **7.15.6 ÍNDICE DE RENTABILIDAD**

Este índice nos permite determinar la recuperación del capital por cada unidad monetaria invertida en la propuesta, es decir por cada dólar invertido.

### **7.15.7 RAZÓN CORRIENTE**

Por medio de esta medimos la solvencia de la empresa a corto plazo, la fórmula es:

$$\frac{\text{Efectivo y Bancos}}{\text{Total Pasivo}}$$

### **7.15.8 MARGEN BRUTO**

Son las utilidades obtenidas luego del costo de venta, la fórmula es:

$$\frac{\text{Utilidades Brutas}}{\text{Ventas}}$$

### **7.15.9 MARGEN OPERATIVO**

Son las utilidades obtenidas luego de los gastos operativos, la fórmula es:

$$\frac{\text{Utilidades Operativas}}{\text{Ventas}}$$

### **7.15.10 MARGEN NETO**

Son las utilidades netas obtenidas luego de los impuestos, mientras más alto sea este valor es mejor, la fórmula es:

$$\frac{\text{Utilidades Neta}}{\text{Ventas}}$$

**TABLA 55**

AÑOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Valor Presente de los Flujos	\$ 23.843,79	\$ 28.872,43	\$ 31.574,38	\$ 34.729,99	\$ 38.361,69
Suma de los Flujos	\$ 157.382,29				
Índice de Rentabilidad	1,57				

**TABLA 56**

SUFICIENCIA DE RENTABILIDAD	
Margen Bruto	28,90%
Margen Operativo	10,34%
Margen Neto	5,25%

Elaborado: Teresa Ruales V.

## **7.16 ANÁLISIS DEL CAPÍTULO FINANCIERO**

La inversión inicial para la propuesta de factibilidad para la creación de un Catering para la empresa ITAL PRODOTI es de \$62.999,95 USD de los cuales el 63% serán financiados por un préstamo en el Banco de Fomento y el 37% los aportaran los inversionistas.

El costo del desayuno y el almuerzo se fijaron en base a la receta estándar, precio de la competencia así se estableció el precio, las ventas estimadas para el primer año son de \$174.528,00 USD.

Al realizar los Estados Financieros, Estados de Pérdidas y Ganancias se proyecta una Utilidad Neta de \$8.929.79, además del Flujo de Caja base para el cálculo del TIR, VAN y PRI.

El TIR que proyecto la propuesta fue de 134% debido a que la empresa ITAL PRODOTI dotará de la infraestructura para el servicio de catering, por esta razón no existe este gasto, el VAN con un valor de \$110.964,05 USD es decir el proyecto es factible y el PRI es a 1 años.

El punto de equilibrio para el primer año es de \$113.279,48 USD.

El Índice de Rentabilidad es de 5,25, es decir que por cada dólar invertido en la propuesta está generando 5,25 veces.

**CAPITULO VIII**

**IMPACTO AMBIENTAL**

## 8.1 INTRODUCCIÓN

El efecto que esta causando el impacto ambiental esta produciendo una determinada acción humana sobre el medio ambiente en sus distintos aspectos yendo en contra de los procesos naturales. Las acciones humanas, motivada por la consecución de diversos fines, provocan efectos colaterales sobre el medio natural o social.

Desde el inicio de la era industrial hasta hace poco años, las sociedades creían a ciegas en la doctrina del crecimiento económico exponencial, que se basaba en las posibilidades ilimitadas de la tierra para sustentar el crecimiento económico. Pero hoy se sabe que el planeta no es capaz de soportar indefinidamente el actual orden económico internacional y nacional, considerando que los recursos naturales no son bienes ilimitados y que los residuos sólidos, líquidos o gaseosos del sistema de vida con llevan a un grave riesgo para la salud del planeta, incluido lógicamente el hombre.

Los seres humanos y las industrias hemos actuado de forma negativa sobre el medio ambiente entre los principales niveles de destrucción del medio ambiente esta:

- 1) Sobre utilización de recursos naturales no renovables.
- 2) Emisión de residuos no degradables al ambiente.
- 3) Destrucción de espacios naturales

4) Destrucción acelerada de especies animales y vegetales.

## 8.2 OBJETIVOS

- Desarrollar herramientas para garantizar la sustentabilidad ambiental y protección del medioambiente donde se colorara nuestra empresa de catering.
- Identificar consecuencias benéficas y perjudiciales más significativas en el entorno del proyecto.
- Formular las medidas de manejo para los impactos identificados.

## 8.3 CLASIFICACIÓN DEL IMPACTO AMBIENTAL.

El impacto ambiental puede clasificarse por su efecto en el tiempo y se dividen en 4 grandes grupos principales:

- Irreversibles: son aquellos impactos cuya trascendencia en el tiempo, es de tal magnitud que es imposible revertirlo.
- Temporal: Son aquellos impactos cuya magnitud no genera mayores consecuencias y permite al medio recuperarse en el corto plazo.
- Reversibles: Es aquel en el cual el medio ambiente puede recuperarse a través del tiempo, ya sea a corto, mediano o largo plazo.
- Persistente: Los sucesos practicados al medio ambiente son de influencia a largo plazo.

## **8.4 SITUACIÓN ACTUAL Y FACTORES AMBIENTALES**

### **8.4.1 SITUACIÓN ACTUAL**

La situación actual en la ciudad de Quito en cuanto al impacto ambiental es muy importante hoy en día ya que las empresas están tomando conciencia en la importancia de cuidar el medio ambiente para ellos se ha realizado varios estudios que determinaran las principales causas de la contaminación en la ciudad.

Existen empresas que han empezado a tratar los desechos orgánicos tanto sólidos, líquidos como gaseosos.

En las empresas encargadas de la alimentación de personal como es el caso de catering se están manejando políticas y procedimientos para manejar los desechos dentro de las empresas.

### **8.4.2 FACTORES AMBIENTALES**

En el caso de los factores ambientales que afectaran directamente a nuestro proyecto tenemos varios entre los más importantes están:

- Transporte
- Almacenamiento
- Separación de desechos

#### **8.4.2.1 TRANSPORTE**

Con el tema de transporte podemos indicar que existen problemas en cuanto a la entrega del producto y a la recolección de los desechos.

Para transportar los desechos se realizará por medio de un carro transporte de forma rápida y segura desde el lugar de generación hasta el lugar de destino, es decir donde se almacenara temporalmente.

El transporte debe tener las siguientes características:

- Tener el tamaño adecuado de acuerdo a la cantidad de desechos que vamos a transportar.
- El carro donde se van a transportar los desechos deben cumplir con las normas de seguridad para evitar accidentes y derrames de los mismos.
- Los recipientes donde se transportaran los desechos deben estar cerrados herméticamente.
- Cuando los desechos sean entregados en los diferentes lugares los carros deberán ser lavados para evitar alguna contaminación.

#### **8.4.2.2 ALMACENAMIENTO**

Los desechos deben ser clasificados, se colocaran en recipientes especificados por cada tipo de color y rotulación adecuada y que deben estar localizados en los sitios de generación para evitar su movilización excesiva y la consecuente dispersión de los gérmenes contaminantes.

Dependiendo del tipo de servicio de recolección, también se puede necesitar manejo para remover los recipientes llenos hasta el sitio de recolección y para devolver los recipientes vacíos al lugar donde se colocan entre las recolecciones.

Este es el sitio donde se almacenan los residuos para ser entregados a la empresa de recolección.

El lugar de almacenamiento de los desechos debe tener las siguientes características:

- Independiente y aislado al área de cocina.
- Reservado solo para ese uso.
- Ubicado en un área fresca con iluminación.
- Capacidad suficiente para los residuos.
- Aseo, limpieza, desinfección, fumigación periódica.
- Fácil acceso a carros.

### **GRÁFICO 27**



### 8.4.2.3 SEPARACIÓN DE DESECHOS

Los desechos deben ser clasificados y separados inmediatamente después de su generación es decir en el momento y lugar en el que se originan los desechos para luego ser llevados al lugar de almacenamiento.

Para los desechos comunes se requiere de recipientes de pedal con funda negra con su identificación respectiva, el tacho no debe sobrepasar de los 50 cm de alto.

Para la separación de los desechos los clasificaremos de la siguiente manera:

- **Desechos sólidos orgánicos:** se le denominan a los desechos biodegradables que son putrescibles, restos alimentos, desechos de jardinería, residuos agrícolas, otros biodegradables excepto la excreta humana y animal.
- **Desechos sólidos inorgánicos:** se le denomina a los desechos sólidos inorgánicos, considerados genéricamente como "inertes", en el sentido que su degradación no aporta elementos perjudiciales al medio ambiente, entre los mas importantes tenemos:
  - Desechos sólidos generales: papel y cartón, vidrio, cristal y cerámica, desechos de metales y/o que contengan metales, madera, plásticos, gomas y cueros, textiles (trapos, gasas, fibras), y barreduras.
  - Desechos industriales: La cantidad de residuos que genera una industria es función de la tecnología del proceso productivo, calidad de las materias primas o productos intermedios, propiedades físicas y químicas de las materias auxiliares empleadas, combustibles utilizados y los envases y embalajes del proceso, entre estos están los de la industria

básica, textil, maquinarias, automovilística, goma y curtido de cueros, petróleo, química, alimenticia, eléctrica, transporte, agrícola, etc.

## **8.5 MANERAS DE EVITAR EL IMPACTOS AMBIENTAL EN EL PROYECTO**

En el proyecto vamos a manejar varias formas para evitar el impacto ambiental, ello vamos a describir las acciones que deben realizar los colectores u operadores para recoger y trasladar los desechos generados, el equipo destinado para transportarlos a los lugares de almacenamiento o de transferencia y/o tratamiento. Se especificara la frecuencia y medios de trabajo, seguridad y protección.

### **8.5.1 RECOLECCIÓN**

La recolección es el proceso en donde se verifican las fuentes generadoras de los desechos, para ser manejados de forma especial.

### **8.5.2 ALMACENAMIENTO**

Para realizar el almacenamiento de los desechos sólidos se debe realizar basándose en el principio de asegurar las condiciones de protección ambiental y la salud humana. Para el almacenamiento vamos a utilizar dos etapas:

1. Almacenamiento Primario: este se ejecuta en el lugar de generación de los desechos, aquí se describe el tipo de envase que se debe utilizar (cestos tapados de diferentes capacidades, tipo de material) las condiciones higiénicas y los medios de protección y seguridad.

2. Almacenamiento Final: este es el lugar destinado para este fin en la instalación previo al tratamiento o destino final de los desechos.

### **8.5.3 TRATAMIENTO**

El tratamiento es la modificación de las características físicas, químicas o biológicas de los desechos sólidos, con el objetivo de reducir su nocividad, controlar su agresividad ambiental y facilitar su gestión.

Existen diferentes tipos de tratamientos de los desechos, en nuestro proyecto trabajaremos con el tratamiento:

- **Reciclaje:** este es el proceso mediante el cual ciertos materiales de los desechos sólidos se separan, recogen, clasifican para reincorporarlos como materia prima al ciclo productivo. Es decir, proceso que sufre un material o producto para ser reincorporado a un ciclo de producción o de consumo, ya sea el mismo que fue generado u otro diferente.

### **8.6 DISPOSICIÓN FINAL**

Existe un espacio donde se pueden colocar los desechos en fundas una vez que han sido tratados y pesados.

### **8.7 BIOSEGURIDAD**

Las normas de higiene y seguridad permitirán que el personal proteja su salud y desarrolle su labor con eficiencia

## **8.8 RIESGOS**

El manejo inadecuado de desechos de los establecimientos son causantes de enfermedades, que en algunos casos pueden ser graves y mortales para los empleados.

## **8.9 NORMAS DE PROTECCIÓN**

Las normas de protección son procedimientos que disminuyen la exposición a material contaminado y que incluye la utilización de protecciones como son:

Protección Física: Guantes, mascarillas, gafas, botas, uniforme y cualquier otro equipo de protección individual.

## **8.10 QUÍMICOS UTILIZADOS PARA LIMPIEZA Y DESINFECCIÓN**

### **BIOFLOR: LIMPIADOR DESINFECTANTE DESODORIZANTE**

#### **CARACTERÍSTICAS GENERALES:**

Excelente agente desinfectante, para eliminar fácilmente las bacterias que producen el mal olor y son causantes de enfermedades especialmente en áreas alimenticias donde es necesaria la limpieza diaria. Aplicable para la desodorización de pisos, sanitarios, superficies en general y zonas concurridas en donde se hace necesario la desinfección permanente.

Se puede aplicar sobre todo tipo de superficies: vinil, baldosas o mármol, cemento, griferías sin dañar el material.

## **BIOXIGEN**

### **SANITIZANTE DESINFECTANTE BIODEGRADABLE**

#### **CARACTERÍSTICAS GENERALES:**

Bioxigen es un biocida oxidante que se basa en la combinación del Ácido Peracético y peróxido de hidrogeno, no espumoso y libre de fosfatos. Es aceptado por la FDA( Food and drug Administration) y registrado por la EPA( Environmental Protection Agency), para uso en la industria donde se procesan alimentos y bebidas.

Bioxigen es un desinfectante totalmente biodegradable ya que su descomposición genera agua, ácido acético (vinagre) y oxígeno.

## **MULTI 20**

### **DESENGRASANTE ALCALINO**

#### **CARACTERÍSTICAS GENERALES:**

MULTI 20 es un detergente alcalino, diseñado para eliminar suciedad, grasa, hollín, polvo, etc. de cocinas, campanas, hornos, utensilios de cocina, equipos donde se procesan alimentos, toda clase de superficies. Multi 20 es un desengrasante que por sus propiedades alcalinas saponifica las grasas y por su propiedad abrasiva pule y remueve la suciedad con facilidad sin esfuerzo mecánico, quedando las superficies libres de suciedad y con un brillo reluciente.

## **BIOHAND**

### **JABÓN DE MANOS DESINFECTANTE**

#### **CARACTERÍSTICAS:**

Tensoactivos aniónicos, humectantes protectores de la piel, polímero yodado, dispersantes

Más Liviano que el Agua

## **BIOCLEANER C**

### **DESINFECTANTE PARA LA INDUSTRIA ALIMENTICIA**

#### **CARACTERÍSTICAS:**

Desinfectante de gran acción contra todo tipo de bacterias, con poder bacteriostático para evitar por mucho más tiempo la pr

Por su ingrediente activo a base de amonio cuaternario de tercera y cuarta generación es considerado no tóxico de amplio espectro para desinfección de equipos, bandejas, refrigerantes, congeladores, superficies de pisos, mesones, utensilios, etc.

Además de su acción fuertemente desinfectante, deja en el ambiente una agradable sensación de limpieza muy profunda. Por la eliminación de bacterias que causan el mal olor

No corrosivo. Sus ingredientes son aceptados por la FDA para el contacto indirecto con alimentos.

## **BIOGEL**

### **DESINFECTANTE DE MANOS DE USO DIRECTO**

#### **CARACTERÍSTICAS:**

BIOGEL es un desinfectante antiséptico para manos, con una amplia actividad bacteriostática contra *Staphylococcus aureus*, *Enterococcus hirae*, *Escherichia coli*, *Pseudomonas aeruginosa*, etc., posee principio activo no tóxico, no deja efecto residual y de buena compatibilidad con la piel humana.

BIOGEL por sus propiedades humectantes, da un efecto refrescante, suavidad y un agradable olor a limpio, además posee una actividad bacteriostática invariable a pH y temperatura corporal.

## **BRIGTHEN**

### **DETERGENTE - DESENGRASANTE**

#### **CARACTERÍSTICAS:**

El producto BRIGTHEN es un detergente biodegradable de uso universal en la industria alimenticia, especialmente eficaz donde se requiere alto poder detergente y desengrasante. No es tóxico y libre de formol.

Por su propiedad desengrasante es capaz de saponificar, disgregar y emulsionar suciedades de grasas, transformándolas en material fácilmente eliminable, quedando de esta manera las superficies tratadas totalmente limpias.

Especialmente indicado en procesos de acumulación y enranciamiento de grasas animales y vegetales.

En solución el producto es neutro, por lo que se puede utilizar en máquinas y en forma manual sin causar daños.

Utilizado ampliamente en la industria alimenticia, láctea, cárnica, licorera, cervecera, en el procesamiento de pulpas y verduras, en hoteles, restaurantes, en la industria agroindustrial.

## **VIDSOL**

### **LIMPIAVIDRIOS**

#### **CARACTERÍSTICAS GENERALES:**

Por su alto poder desengrasante deja las superficies libre de residuos de polvo y grasa, remueve manchas nuevas y oxidadas dejando al vidrio limpio y transparente. Renueva el brillo de los vidrios empañados, elimina hongos que se desarrollan en el vidrio.

**CAPITULO IX**

**CONCLUSIONES Y**

**RECOMENDACIONES**

## 9.1 CONCLUSIONES

- De acuerdo al estudio realizado hemos encontrado que en el sector donde se encuentra la empresa ITAL PRODOTI, no existen servicios de alimentación, que cumplan las expectativas de la empresa.
- El Estudio de Mercado realizado muestra que el personal de la empresa tiene una aceptación favorable para la creación del servicio de alimentación dentro de la empresa ITAL PRODOTI.
- Realizado el Estudio de Marketing se estableció el tipo de producto, servicio y precio que ofrecerá a la empresa ITAL PRODOTI.
- Se considero que para la preparación de los alimentos la empresa ITAL PRODOTI, cuenta con la infraestructura de la cocina para la elaboración de los alimentos.
- Se determino el perfil del talento humano que se contratará, al igual que el proceso de selección y capacitación para el personal que trabajara en la empresa L'ALIMENT SÛR.
- Para poner en marcha nuestro proyecto necesitamos realizar una inversión y para ello se necesita el 62.73% de financiamiento por medio del Banco de Fomento esto cubrirá principalmente la compra de los activos tangibles, el 37.27% será proporcionados por los socios los mismos que serán destinados para cubrir el capital de trabajo.

- Según la información obtenida con el impacto ambiental se considero manejar procesos para el tratamiento de los desechos que se generarán en la cocina.
- El Estudio Financiero demostró en el estado de pérdidas y ganancias y flujos de caja que la propuesta es factible ya que muestra una utilidad desde el primer año de funcionamiento.

## **9.2 RECOMENDACIONES**

- Se recomienda capacitar al personal de la empresa L'ALIMENT SÛR, semestralmente en temas de higiene personal, lavado y desinfección de manos, zonas de peligro y seguridad y salud ocupacional.
- Se recomienda realizar encuestas de satisfacción del servicio al personal de la empresa ITAL PRODOTI, para saber si se encuentran a gusto con el servicio que se está brindando.
- Se recomienda cambiar de menú periódicamente para ofrecer variedad en el producto.
- Se recomienda dotar de uniformes cada 6 meses al personal de cocina.
- Se recomienda realizar un plan preventivo del mantenimiento de los equipos de cocina, para evitar su deterioro.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- AHMED, Ismael; Congreso y Catering, organización eventos; Editorial Paraninfo; 1999.
- BAEZ CASILLAS, Sixto; Descripción de Puestos Hoteleros, Restaurantes y Bares; Editorial Continental, 1982.
- BAVER, Joy; Aliméntese Sanamente; Editorial Prentice Hall; 2000.
- BERMEJO, Manuel/ VEGA, Ignacio; Crear tu Propia Empresa; Editorial MCGRAW-HILL; 2003.
- BIRCHFLED, John; Manual de Operaciones para el servicio de alimentos, guías para Hoteles y Restaurantes en Instituciones; Editorial Diana; 1986.
- CEVERA, Pilar/ CALPES, Jaime/ RIGOLFAS, Rita; Alimentación y Dietó terapia: Nutrición aplicada en la salud y la enfermedad.
- ESHBACH, Charles E.; Administración de Servicios de Alimentos; Editorial Diana; 1991.
- ESQUIVER HERNANDEZ, Rosa Isabel/ MARTINEZ SILVA, Martín José; Aspectos Básicos de la Nutrición; Editorial Limusa; 1992.
- FLOR GARCIA, Gary; Guía para el desarrollo de su propia empresa.
- FOSTER, Dennis; Alimentos y Bebidas Operación métodos y control de costos; Editorial MCGRAW-HILL; 1995.
- GUAMIALAMA, Jaime; Código de prácticas para manipulación de alimentos

- HAWKINS, Del I et al. Comportamiento del Consumidor. Construyendo estrategias de marketing. 9° Edición. México: Ed. Mc Graw Hill; 2004
- KOZIOL, Michael; ABC la Nutrición; Editorial U. San Francisco de Quito; 1990.
- MERCADO, Salvador; Como hacer Una tesis?; Editorial Limusa, 1994.
- PHILIP KOTLER, Gary Armstrong; Fundamentos de Marketing; Editorial Pearson Prentice Hall; 2003
- SHAPPAG CHAIN, Nassir; Fundamentos de preparación de proyectos
- SCHIFFMAN, León G. y Lazar Kanuk Leslie. Comportamiento Del Consumidor. 8° Edición. México: Ed. Pearson Educación; 2005
- SANCHO IVALLS, Joseph/ BOTA PRIETO, Enric/ CASTRO, Martín; Autodiagnóstico de la Calidad higiénica en las instalaciones Agroalimentarias; Editorial Mundi-Prensa;1996.
- SHEEL, Mayenberger Adolfo; Enciclopedia de Hoteleria y Restaurantes: Control Alimentos y Bebidas; Editorial Edinter; 1990.
- SILVA, Jorge; Emprendedor: Crea su propia Empresa; Editorial Alfa omega; 2008.
- WEBB, Geoffrey; Complementos Nutricionales y Alimentarios Fundamentales; Editorial Acribia; 2006.
- [www.enbuenasmanos.com/seccion/nutricion.asp](http://www.enbuenasmanos.com/seccion/nutricion.asp)

- [kidshealth.org/parent/en\\_espanol/.../habits\\_esp.html](https://kidshealth.org/parent/en_espanol/.../habits_esp.html)
- [www.nutricion.pro/](http://www.nutricion.pro/)

