



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
SEDE SANTO DOMINGO

FACULTAD DE TURISMO, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA
CARRERA DE GASTRONOMÍA

TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE ADMINISTRADORA GASTRONÓMICA

ESTUDIO EMPRESARIAL DE CATERING Y BANQUETES ESPECIALIZADO EN
COMIDA GOURMET MANABITA EN LA CIUDAD DE “EL CARMEN”, 2015.

Autora:

LISSET JOHANNA LOOR SANTOS

Directora:

ING. NARCIZA MAGDALENA PAREDES GAVIDIA

Santo Domingo de los Tsáchilas - Ecuador

Agosto, 2016

**ESTUDIO EMPRESARIAL DE CATERING Y BANQUETES ESPECIALIZADO EN
COMIDA GOURMET MANABITA EN LA CIUDAD DE “EL CARMEN”, 2015.**

Ing. Narciza Magdalena Paredes Gavidia

DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN

APROBADO

Ing. Karina Cuenca, MsC

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

Ing. Christian Valejo, Msc

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Ing. María Gutiérrez, MsC.

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Santo Domingo,.....de.....del 2016

DERECHOS DE AUTOR

© Universidad Tecnológica Equinoccial. 2016
Reservados todos los derechos de reproducción

AUTORÍA

Expreso que el siguiente Trabajo de Titulación fue realizado en su totalidad con el esfuerzo e investigación de la autora, sin ningún tipo de material o información plagiada.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Lisset', is positioned above a horizontal line.

Lisset Johanna Loor Santos
CC: 131271140-9

CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD

Certifico que el contenido del siguiente proyecto ha sido elaborado en su totalidad por: Lisset Johanna Loor Santos, sin ningún tipo de material o información plagiada.



ING. NARCIZA MAGDALENA PAREDES GAVIDIA
DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

AGRADECIMIENTO

Agradezco primeramente a DIOS mi padre celestial por haberme regalado la vida y la sabiduría para lograr este proyecto.

Mi agradecimiento a mis queridos y amados padres por su gran dedicación en mi educación.

A mi querido esposo le agradezco por su paciencia y lealtad compartida durante este trabajo de investigación y durante mis estudios universitarios.

Les agradezco también a todos los maestros que cultivaron en mí la esperanza de días prósperos a través de la enseñanza - aprendizaje de esta profesión.

Mi agradecimiento infinito a mi tutora por su paciencia y profesionalismo puesto en este proyecto.

Agradezco mis estimados evaluadores que han sido jueces equitativos en el pulimiento de este mi trabajo investigativo; sin el apoyo de todos hubiera sido imposible el logro de esta meta.

Sincérame. ¡Gracias!

Lisset Loor Santos.

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a Dios por la gracia de mi vida.

También dedico este trabajo investigativo a mis padres que son el motor de mi vida, a mi querida y amada hijita que es la fortaleza para realizar mis sueños y cumplir mis metas, a mi esposo que siempre me ha apoyado incondicionalmente, a mis familiares y amigos que con sus palabras alentadoras supieron darme fuerzas para lograr esta meta.

A mi alma master UTE por acogerme bajo su nombre y darme los lineamientos de lo que hoy es mi profesión.

A mis maestros por su abnegada dedicación a la enseñanza.

Lisset Loor Santos.

FORMULARIO DE REGISTRO BIBLIOGRÁFICO

PROYECTO DE TITULACIÓN

DATOS DE CONTACTO	
CÉDULA DE IDENTIDAD:	131271140-9
APELLIDO Y NOMBRES:	Lisset Johanna Loor Santos
DIRECCIÓN:	El Carmen
EMAIL:	lis_3124@hotmail.com
TELÉFONO FIJO:	052 660 592
TELÉFONO MOVIL:	0994705385

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	Estudio empresarial de catering y banquetes especializado en comida gourmet manabita en la ciudad de “El Carmen”, 2015.
AUTOR O AUTORES:	Lisset Johanna Loor Santos
FECHA DE ENTREGA DEL PROYECTO DE TITULACIÓN:	Agosto, 2016
DIRECTOR DEL PROYECTO DE TITULACIÓN:	Ing. Narciza Magdalena Paredes Gavidia
PROGRAMA	PREGRADO <input checked="" type="checkbox"/> POSGRAI <input type="checkbox"/>
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Administradora Gastronómica
RESUMEN:	En la presente investigación se realizó el análisis en la población de la ciudad de El Carmen, con el objetivo de hacer un estudio empresarial de catering y banquetes especializado en comida gourmet manabita comprobando las preferencias gastronómicas que prevalece en los habitantes de la zona urbana; además el análisis de los aspectos técnicos imprescindibles para que el servicio

de catering funcione legal y eficazmente.

Con el oportuno estudio de mercado se detectó cual es la realidad de las empresas de catering en la ciudad de El Carmen, obteniendo datos que fueron relevantes y de gran ayuda para conocer la forma como opera la posible competencia, situación económica del país nivel cultural y social la población a la que se pretende brindar los productos; se definió el mercado que se ofertará el servicio de catering, enfocándose principalmente a los micro empresarios, empresas financieras, organizaciones que laboran como oficinista para apoyar sus momentos de descanso y alimentación dándole la oportunidad de servirse comidas típicas y con sabores refinados.

Los productos que se ofertarán serian todos los platos típicos de Manabí, estos conservarán no solo con alta calidad sino que tendrá el mismo sabor tradicional, textura y claro está dándole una pequeña diferencia el cual es el toque gourmet, puesto que se realizarán procesos apropiados para la elaboración de alimentos saludables, acompañado de un servicio personalizado y de acuerdo a los requerimientos legales.

En el estudio técnico se efectuó un análisis de los principales procesos para poner en marcha la empresa y llevar un control de

	<p>todas las actividades comerciales que se realizarán, los materiales a utilizarse y el recurso humano que se contratará para garantizar un buen servicio.</p> <p>En el estudio administrativo se presenta toda la organización de la empresa como es; la misión, visión, valores corporativos, organigrama estructural y funcional, profesigramas para desempeñar las funciones internas eficazmente.</p> <p>En el estudio financiero se determinó que se necesita un capital de inversión de \$ 25.137,76 y el VAN será de \$ 21.690,47 y con una TIR de 23% siendo favorable para este negocio.</p>
PALABRAS CLAVES:	Comida gourmet, Catering y Banquetes.
ABSTRACT:	<p>In the present research, the population of the city of El Carmen, Ecuador, was analyzed with the aim of a business study for a catering and banquet service specialized in gourmet food typical of the province of Manabí. The culinary preferences of the inhabitant of rural areas were looked into, as well as the technical aspects that are essential for the legal and efficient work of the catering service.</p> <p>The market study showed the current situation of existing catering service companies in El Carmen; data were collected that were relevant and helpful to discover</p>

how the potential competence is working, what the economic situation of the country is, and the cultural and social level of the population that would be offered the products and services.

The market where the catering service will be offered was defined: the focus should be mainly on owners of small businesses, the financial institutions, and organizations that employ office workers and that would support the employees' breaks with tasteful traditional food of the area.


The products that would be offered include the whole range of typical dishes from the province of Manabí; they would not only be of high quality but also have the traditional taste and texture. Of course, the dishes would get their special gourmet touch, given that the preparation would be appropriate for the making of healthy food. Service shall be personalized and in accord with legal requirements.

In the technical study the main processes were analyzed to start the business, to control the planned commercial activities, to identify the materials that will be used and the staff that will be hired in order to guarantee a good service.

In the administrative study, the whole

	<p>organization of the company is presented, such as its mission, vision, corporate values, structural and functional organization chart and the employment of professionals that will ensure effective internal work.</p> <p>The financial study revealed that \$ 25.137,76 would have to be invested; the net present value (NPV) would be \$ 21.690,47 and the internal rate of return (IRR) of 23 per cent would be favorable for this venture.</p>
KEYWORDS	Food gourmet, Catering and Banquets

Se autoriza la publicación de este Proyecto de Titulación en el Repositorio Digital de la Institución.

f: 
 Lisset Johanna Loor Santos
 CI: 131271140-9

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **LISSET JOHANNA LOOR SANTOS**, C.I. 131271140-9 autora del proyecto titulado: **“Estudio empresarial de catering y banquetes especializado en comida gourmet manabita en la ciudad de “El Carmen”, 2015.”** previo a la obtención del título de **ADMINISTRADORA GASTRONÓMICA** en la Universidad Tecnológica Equinoccial.

1. Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las Instituciones de Educación Superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
2. Autorizo a la BIBLIOTECA de la Universidad Tecnológica Equinoccial a tener una copia del referido trabajo de graduación con el propósito de generar un Repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Santo Domingo, 19 de agosto de 2016

f:



Lisset Johanna Loor Santos
CI: 131271140-9

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Contenido	Pág.
INTRODUCCIÓN	i
I. ANTECEDENTES EL TÍTULO DE INVESTIGACIÓN	i
II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	i
III. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	ii
a. Pregunta General	ii
b. Preguntas Específicas	ii
IV. OBJETIVOS.....	iii
a. Objetivo general	iii
b. Objetivos específicos.....	iii
V. JUSTIFICACIÓN.....	iii
VI. METODOLOGÍA	iv
a. Tipos de investigación	iv
Exploratorio.....	iv
Explicativa.....	iv
Bibliografica.....	v
b. Métodos de Investigación.....	v
Métodos Analítico - Sintético	v
Inductivo - Deductivo.....	v
Exploratorio.....	v
c. Técnicas de recolección de datos	vi
La encuesta	vi
CAPÍTULO I: MARCO DE REFERENCIA.....	1
1.1. MARCO TEÓRICO	1
1.1.1. ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE CATERING.....	1
1.1.2. GENERALIDADES DEL CATERING.....	1
1.1.3. CARACTERÍSTICAS DEL NEGOCIO DE CATERING	3
1.1.4. CONDICIONANTES PARA EL SERVICIO DE CATERING	3
1.1.5. ÁREAS DEL CATERING.....	4
1.1.5.1. Producción.....	4
1.1.5.2. Logística	5
1.1.5.3. Diseño de eventos.....	5

1.1.5.4.	Comercial	6
1.1.6.	DEFINICIÓN DE BANQUETES	6
1.1.7.	TIPOS DE CATERING	7
1.1.7.1.	Catering de línea fría	7
1.1.7.2.	Catering <i>in situ</i>	8
1.1.8.	ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE COMIDAS	8
1.1.9.	TIPOS DE RESTAURANTES GOURMET	9
1.1.9.1.	Restaurante fino o tipo gourmet	9
1.1.9.2.	El restaurante mediano, informal y de ambiente familiar	10
1.1.9.3.	Restaurante de comida rápida	10
1.2.	MARCO LEGAL	11
1.2.1.	SERVICIO DE RENTAS INTERNAS	11
1.2.2.	LEY ORGÁNICA DE RÉGIMEN MUNICIPAL	11
1.2.3.	CUERPO DE BOMBEROS	11
1.2.4.	MINISTERIO DE SALUD	12
1.2.5.	MINISTERIO DE TURISMO	12
1.3.	MARCO INSTITUCIONAL	12
1.3.1.	MINISTERIO DE TURISMO	12
1.4.	MARCO CONCEPTUAL	12
CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO Y RESULTADOS		16
2.1.	MACRO ENTORNO	16
2.1.1.	MACRO- LOCALIZACIÓN	16
2.1.2.	FACTORES TECNOLÓGICOS	16
2.1.3.	FACTORES ECONÓMICOS	16
2.1.4.	FACTORES POLÍTICO – LEGAL	17
2.1.5.	FACTORES SOCIO - CULTURAL	18
2.2.	MICRO ENTORNO	18
2.2.1.	MICRO - LOCALIZACIÓN	18
2.2.2.	ANÁLISIS DEL SECTOR	18
2.2.3.	ANÁLISIS DE LOS PROVEEDORES	19
2.3.	INVESTIGACIÓN DEL MERCADO	19
2.3.1.	POBLACIÓN	19
2.3.2.	MUESTRA	20

2.3.3.	TABULACIÓN	21
2.3.3.1.	Encuestas aplicadas a los empresarios/microempresarios, cooperados, asociados y demás pertenecientes a la PEA y sector terciario de la ciudad de El Carmen.	21
2.4.	OFERTA – DEMANDA	29
2.4.1.	OFERTA DEL SERVICIO DE CATERING EN EL CARMEN	29
2.4.2.	DEMANDA	31
2.4.3.	DEMANDA INSATISFECHA	32
2.5.	MARKETING MIX	32
2.5.1.	PRODUCTOS	32
2.5.2.	PRECIO.....	33
2.5.3.	PLAZA	33
2.5.4.	PROMOCIÓN	33
CAPÍTULO III: PROPUESTA.....		35
3.1.	ESTUDIO TÉCNICO	35
3.1.1.	RECURSOS TÉCNICOS.....	36
3.1.2.	RECURSOS MATERIALES	40
3.1.3.	RECURSOS HUMANO	45
3.2.	ESTUDIO DE ADMINISTRACIÓN.....	46
3.2.1.	VISIÓN, MISIÓN Y VALORES.....	46
3.2.2.	ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA.....	47
3.2.3.	ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA	47
3.2.4.	PROFESIOGRAMA	48
3.3.	ESTUDIO LEGAL.....	56
3.4.	ESTUDIO DE MARKETING	57
3.5.	ESTUDIO FINANCIERO.....	59
3.5.1.	INGRESOS DIRECTOS	59
3.5.2.	COSTOS DIRECTOS	59
3.5.3.	INVERSIONES TOTAL DE ACTIVOS Y CAPITAL	60
3.5.3.1.	Maquinaria y Equipo	61
3.5.3.2.	Vehículo	61
3.5.3.3.	Muebles y Enseres.....	62
3.5.3.4.	Equipo de Oficina.....	62
3.5.3.5.	Equipo de cómputo.....	63

3.5.3.6.	Equipo de poca duración	63
3.5.3.7.	Permisos	65
3.5.4.	CAPITAL DE TRABAJO.....	65
3.5.4.1.	Insumos	66
3.5.4.2.	Mano de obra.....	66
3.5.4.3.	Gastos Administrativo.....	67
3.5.4.4.	Gastos Generales	67
3.5.4.5.	Mantenimiento y reparación.....	68
3.5.5.	CUADRO DE FUENTES Y USOS	68
3.5.6.	DEPRECIACIONES	69
3.5.7.	BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL	69
3.5.8.	ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO	71
3.5.9.	FLUJO DE CAJA.....	72
3.5.10.	PUNTO DE EQUILIBRIO	73
3.6.	ESTUDIO DE IMPACTOS	74
3.6.1.	IMPACTO CULTURAL.....	74
3.6.2.	IMPACTO SOCIAL	74
3.6.3.	IMPACTO ECONÓMICO.....	74
	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	76
	CONCLUSIONES	76
	RECOMENDACIONES:.....	77
	BIBLIOGRAFÍA	78
	ANEXOS.....	80

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Tabla 1.	Eventos mensuales de empresas de catering en El Carmen	30
Tabla 2.	Receta Estándar	38
Tabla 3.	Maquinaria y equipo requerido	42
Tabla 4.	Vehículo requerido	42
Tabla 5.	Muebles y enseres requerido	43
Tabla 6.	Equipo de oficina requerido	43
Tabla 7.	Equipo de computo.....	43
Tabla 8.	Equipo de poca duración requerido.....	44
Tabla 9.	Ingresos directos.....	59
Tabla 10.	Costos directos	59
Tabla 11.	Inversión total de activos y Capital	60
Tabla 12.	Activo Fijo tangible.....	60
Tabla 13.	Activo Fijo intangible.....	60
Tabla 14.	Maquinaria y Equipo	61
Tabla 15.	Vehículo	61
Tabla 16.	Muebles y enseres	62
Tabla 17.	Equipo de oficina	63
Tabla 18.	Equipo de cómputo.....	63
Tabla 19.	Equipo de poca duración	64
Tabla 20.	Permisos	65
Tabla 21.	Capital de trabajo	65
Tabla 22.	Insumos	66
Tabla 23.	Mano de obra.....	66
Tabla 24.	Gastos administrativos	67
Tabla 25.	Gastos generales.....	67
Tabla 26.	Mantenimiento y reparación.....	68
Tabla 27.	Cuadro de fuentes y usos.....	68
Tabla 28.	Depreciaciones	69
Tabla 29.	Balance de Situación Inicial	70
Tabla 30.	Estado de Resultados Proyectado.....	71
Tabla 31.	Flujo de caja	72
Tabla 32.	Punto de Equilibrio.....	73

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.	Áreas de la empresa.....	6
Figura 2.	Tasa de crecimiento de la economía Ecuatoriana	17
Figura 3.	Conocimiento de servicio de alimentación	21
Figura 4.	Empresa en servicio de alimentación	22
Figura 5.	Contratación de empresa de Catering.....	23
Figura 6.	Importancia para contratar un Catering.....	24
Figura 7.	Interés sobre la existencia en empresa de catering.....	25
Figura 8.	Competitiva de la empresa en el mercado de El Carmen.....	26
Figura 9.	Catering dentro del contrato laboral	27
Figura 10.	Platos que consume habitualmente	28
Figura 11.	Oferta del servicio de catering en El Carmen	29
Figura 12.	Número de eventos de catering y banquetes	30
Figura 13.	Diagrama de flujo del proceso de producción de la empresa.....	36
Figura 14.	Sillas Versalles	41
Figura 15.	Mesa redonda/circular	41
Figura 16.	Mesas rectangulares	42
Figura 17.	Organigrama estructural de la empresa.....	47
Figura 18.	Organigrama funcional de la empresa.....	47
Figura 19.	Logotipo y razón social de la empresa de catering y banquetes	57
Figura 20.	Punto de equilibrio	73

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1.	Solicitud de aprobación del tema del proyecto	80
Anexo 2.	Modelo de la encuesta	81
Anexo 3.	Modelo del documentos de Ministerio de turismo.....	83
Anexo 4.	Receta estándar.....	84
Anexo 5.	Orden de compra	85
Anexo 6.	Formulario de inventario de materia prima.....	86
Anexo 7.	Modelo de kardex.....	87
Anexo 8.	Modelo de contrato de prestación de servicios	88
Anexo 9.	Factura de la empresa de catering y banquetes “Sartén Criolla”	89

INTRODUCCIÓN

I. ANTECEDENTES EL TÍTULO DE INVESTIGACIÓN

Gracias a los asentamientos de personas de distintas regiones del Ecuador en El Carmen existen variados platos típicos, pero; se mantiene los tradicionales platos manabitas como punto principal en la comida familiar diaria.

La comida manabita es muy apetecida en todas las regiones del Ecuador, y aún más entre la población carmense; por ello se ha visto la necesidad de crear una empresa que ofrezca el servicio de catering con platos típicos para los compromisos sociales de la localidad, dándole un giro importante en la presentación del platillo sin cambiar su sabor e ingredientes, considerando que este servicio no necesita ser más costoso para los clientes de la empresa de Catering y banquetes especializado en comida gourmet manabita.

“Hablar de la gastronomía manabita es abrir un abanico de opciones, desde El Carmen hasta Paján, el seco de gallina criolla, el viche, el corviche, la tonga, las tortillas de yuca y maíz, el ceviche con maní, el greñoso y los tradicionales dulces son solo algunas de las delicias que pueden disfrutar propios y extraños.” (EL DIARIO, 2013)

La cultura gastronómica manabita en El Carmen es uno de los pilares que sostienen el turismo y la economía de sus habitantes, siendo un potencial muy importante los ingredientes y las formas de preparar los platos que deleitan a propios y extranjeros. Viendo en El Carmen una tierra próspera con grandes oportunidades para mejorar la economía, trascender en el tiempo y colocarse en un sitio muy relevante en la gastronomía como ciencia y cultura de sus habitantes. (EL DIARIO, 2013)

II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la ciudad de El Carmen no existe un servicio de Catering y banquetes de comida típica manabita elaborada de manera moderna y nutricional.

- Desconocimiento gastronómico en la población de El Carmen

- No existe un estudio anterior al que se está planteando
- Desinterés de las autoridades de fomentar la cultura gastronómica
- Resistencia a innovar las costumbres con ideas diferentes
- Deficiente desarrollo socioeconómico en el sector dedicado a la manufactura de alimentos.
- Escasa fuentes de recursos económicos en los profesionales
- Desperdicio de la materia prima que existe en el sector de El Carmen

En la ciudad de El Carmen existiría un déficit ya que no cuenta con un buen servicio completo y variedad lo cual involucra lo tradicional con lo gourmet. Provocaría que las personas busquen en otras ciudades el servicio que están deseando.

Esta la base planteada para trabajar con procedimientos eficaces en el estudio de la empresa, para la enmienda imprevistos referente a la aceptación de los clientes de un servicio completo y variado, revelando varios factores como son: comida saludable, sabores tradicionales, presentación innovada, servicio personalizado, de calidad y con costos accesibles, estos elementos son puntuales para que el estudio de la empresa tenga excelentes resultados.

III. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

a. Pregunta General

¿Tendrá la aceptación de los clientes este tipo de servicio en la ciudad de El Carmen?

b. Preguntas Específicas

¿Existe un número considerable de clientes que requieran el servicio de catering y banquetes en la ciudad de El Carmen?

¿Cuáles son los recursos técnicos indispensables para la empresa de catering y banquetes en la ciudad de El Carmen?

¿Será rentable realizar este tipo de actividad comercial?

IV. OBJETIVOS

a. Objetivo general

Realizar un estudio empresarial de Catering y Banquetes especializado en comida gourmet manabita en la ciudad de El Carmen en el periodo 2015.

b. Objetivos específicos

- Identificar la demanda potencial para la empresa de Catering y Banquetes especializado en comida gourmet manabita.
- Determinar los recursos técnicos para la empresa de Catering y Banquetes.
- Determinar la viabilidad financiera de la empresa de Catering y Banquetes.

V. JUSTIFICACIÓN

La importancia de este proyecto surge gracias a una población que al momento de formalizar celebraciones no cuentan con una empresa que le ofrezca una idea fresca para ofrecer a sus invitados la comida típica manabita gourmet dándole color, valor nutricional apropiado, y la textura refinada sin perder los ingredientes originales de la comida manabita; porque, existe empresas con estos servicios pero no mantienen este perfil gastronómico. Dando como resultado una empresa que origine un servicio que satisfaga al cliente creando la necesidad en la comunidad de sugerir este servicio como primera y única opción para degustar comidas refinadas.

El propósito de este proyecto es servir a la comunidad con una idea que va forjar el éxito de la empresa a través de un servicio de calidad, bajo un control adecuado de los alimentos y productos que se oferten, saludables, variados e innovadores; respetando al medio ambiente, la costumbre de la población carmense y proporcionando fuente de trabajo en la empresa.

VI. METODOLOGÍA

a. Tipos de investigación

La presente investigación pretende realizar un estudio empresarial de Catering y banquetes especializada en comida manabita gourmet.

Corresponde a una investigación de tipo

Exploratorio

Por cuanto se realizará un sondeo de los efectos que causa un estudio empresarial de Servicio de alimentación a domicilio en la población de la ciudad de El Carmen.

Mediante esta investigación se realiza la encuesta diseñada con el fin de tomar información verídica de la viabilidad y la demanda que tendría la empresa de servicios de alimentación para iniciar sus actividades; es decir que va a tener el respaldo de los clientes o consumidores para permanecer y crecer en el mercado de forma permanente, y en todo caso, si la inversión de recursos es análoga a los costos y menú que pretende presentar.

Como también mediante la encuesta se va a conocer cuál es el tipo de clientes a los que se tiene que enfocar y si la demanda de este servicio de alimentación a domicilio es alta o aceptable para tener otro visto bueno en el proyecto. Por último la encuesta va a aportar datos para conocer y de este dato empezar a puntualizar los recursos técnicos de los que se valdrá la empresa para su desarrollo organizacional, funcional y operativo.

Explicativa

Es una investigación de tipo explicativa por cuanto se realiza un sondeo inicial para conocer todos los detalles acerca de los gustos que tiene el cliente en la alimentación y las preferencias a la hora de contratar un servicio de alimentación, como también atender las sugerencias de los posibles clientes para hacer de este servicio un negocio que cumpla los requerimientos de los consumidores y los componentes que hacen parte de este estudio para tener mayor noción acerca de los hechos, objetos y personas que intervienen en el presente

estudio empresarial.

Bibliografica

En este trabajo se ha utilizado recursos bibliográficos que corresponde a la variable independiente y dependiente para de acuerdo a la teoría emitida por autores reconocidos referente a las empresas de catering y banquetes (servicio de alimentación y las comidas típicas gourmet de Manabí para otorgar un argumento fundamentado coherentemente y análogo al tema del proyecto.

También se ha tomado en consideración libros y enciclopedias para emitir un listado de palabras o glosario de conceptualización de términos enfocados al trabajo investigativo.

b. Métodos de Investigación

Métodos Analítico - Sintético

La presente investigación se ha desarrollado desde el estudio de cada una de las partes del problema, aseverando la descripción del mismo mediante la obtención del conocimiento, con la elaboración sistemática de la argumentación de las variables expuestas.

Inductivo - Deductivo

Este estudio se ha realizado desarrollando las partes que componen el problema planteado, concertando teorías ya definidas por autores recocidos, desglosando las ideas, claras y concisas de cada término correspondiente a la investigación; para llegar a sintetizar ideas propias que se forman cuando se tiene un recurso teórico correcto, claro y específico.

Exploratorio

Este proyecto es exploratorio porque se realizará un sondeo previo de los gustos, sugerencias y componentes de los posibles clientes de la empresa de Catering y Banquetes especializada en comida manabita, mediante la aplicación de una encuesta preliminar que servirá para la identificación de la demanda del servicio de alimentación de la empresa de

Catering y Banquetes y posteriormente la encuesta formal dirigida los gerentes de las empresas, organizaciones y demás entes que incluyen este estudio, con el fin de conocer datos para verificar si los objetivos son viables y si están dirigidos a un resultado deseado. Se ha de considerar a las PEA que corresponde a las empresas, microempresas, organizaciones entidades financieras y cooperativas que realizan sus actividades en la zona urbana de la ciudad de El Carmen. Los encuestados(as) en esta investigación corresponden a un total de 137 personas.

c. Técnicas de recolección de datos

La encuesta

La encuesta está dirigida a 137 personas entre ellas; los gerentes y directivos de las empresas, microempresas, instituciones, cooperativas y organizaciones de la ciudad de El Carmen, las que son fuente para obtener información real acerca de las interrogantes que se plantean en el presente trabajo de investigación. Tiene por objeto obtener resultados a través de datos que son procesados estadísticamente, dirigidos a la población señalada anteriormente.

CAPÍTULO I: MARCO DE REFERENCIA

1.1. MARCO TEÓRICO

1.1.1. ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE CATERING

Quizás el primer gran hito de la historia moderna, con gran influencia en la gastronomía, fue la revolución francesa, que facilitó el que la cocina destinada a las grandes casas o a las cortes fuese más accesibles a toda la sociedad, por terminar con los sistemas de mecenazgo de cocineros impuestos por las monarquías europeas bajo cuya protección se desarrolló una alta cocina que tuvo que buscarse una salida en la Francia post revolucionaria, creando la cultura del restaurante. (Sesmero & Povea, 2013, pág. sec. 4)

Lo que refiere la era pasada es que la cocina se impuso como parte de los cambios que adheridos a las grandes revoluciones de los imperios españoles y franceses fue transformando junto a la historia, la cultura y las costumbres de aquellos tiempos. Con este evento la gastronomía de la revolución se extendió a todas las clases sociales por el hecho de estar inmersos en la servidumbre de los altos mandos. se puede asegurar que la cocina actual tiene el resultado de todos los elementos incorporados en aquel proceso evolutivo para llegar a lo que ahora se le conoce como un restaurante. En el siglo pasado ya se conocía a la cocina como el arte de mezclar sabores, colores y texturas que otorgaban diferencias entre un platillo y otro en la cocina, buscando cada día mantener la tradición. Europa fue el que implantó la cocina continental a América dando un giro a la cocina tradicional ancestral.

1.1.2. GENERALIDADES DEL CATERING

El catering es una actividad hostelera que consiste en dar servicio de comidas y bebidas en un lugar remoto al centro de producción.

Puede ser organizado por una empresa de catering, o un departamento dentro de una empresa hostelera.

Los servicios de catering suelen dar un servicio a un gran número de comensales.

Pertenece por lo tanto a la llamada “restauración colectiva”. (Sesmero Carrasco, 2010, pág. 17)

El volumen de los platillos ofertados a las personas es lo que hace la diferencia entre otras empresas y un catering; pero, aún más relevante es la forma personalizada, de brindar el servicio, la seguridad, buena presentación, sabores, colores y texturas refinadas pero conservando los ingredientes originales. La instalación de un determinado salón donde haya comida y bebida acorde a las necesidades de los comensales, muy aparte del lugar donde se procesa se denomina catering. Este servicio puede ser provisional en un hotel o establecido por una empresa organizada para este fin. En concordancia con (Sesmero Carrasco, 2010, pág. 17)

Se define como la actividad que se encarga de la prestación externa de servicio de comida, bien preparada en cocinas centrales, bien elaboradas en cocinas *in situ* (toda la gestión corresponde a la empresa de catering), o subcontratando con terceros la elaboración parcial o total. Preparación de comidas en grandes cantidades para ser servidas en puntos de consumo separados del lugar donde se elaboran. (Garcia, 2011, pág. 21)

Estas empresas sirven los alimentos en un lugar distante de donde se prepararon, consumando las formalidades del contrato con el cliente. Aunque existen hosterías que cuentan con estancias para alquilar a sus clientes, y lo acompaña el servicio de alimentación llamado catering. La comida se prepara con los requerimientos del anfitrión o el dueño del evento, su característica principal es dar grandes cantidades de producto y ofrecer un solo platillo por invitados. Las empresas que prestan estos servicios tienen suficiente personal para desplazarlo convenientemente en distintas funciones; también, requiere de un sinnúmero de utensilios y materiales para servir las mesas y además, todos los equipamientos de limpieza posterior al banquete.

“De hecho una de las circunstancias que anima a quien necesita de estos servicios a elegir un catering es tener la oportunidad de ofrecer a sus invitados un tipo diferente de gastronomía, de la que se tiene por costumbre realizar en salas de banquetes, restaurantes con grandes salones, hoteles, etc.” (Sesmero & Povea, 2013)

En las celebraciones el anfitrión pretende siempre el éxito con sus invitados, que

asisten brindando platos que mantenga un toque elegante y sobrio. Con la transformación del servicio de catering y banquetes especializado en comidas manabitas, que contenga valor agregado. (Sesmero & Povea, 2013)

El estudio empresarial de Catering y banquetes brinda una solución viable a las organizaciones, instituciones y personas particulares que decidan realizar celebraciones exitosas, partiendo del buen gusto, creatividad, innovación y estrategias de mercado favorables para los clientes de la empresa especializada en comida gourmet manabita. El servicio va acompañado de la calidad en los alimentos y productos que son proporcionados de forma personalizada a cada cliente y sin afectación a los costos de estos. (Sesmero & Povea, 2013)

1.1.3. CARACTERÍSTICAS DEL NEGOCIO DE CATERING

En la actualidad, es tal el volumen de la línea de negocio, que se ha convertido en la única de infinidad de empresas hosteleras, que solo ofrecen sus servicios a distancia. En este caso no solo hablaríamos de un departamento dentro de la empresa, sino de la empresa en sí, con una estructura algo distinta, ya que todo el resto de tareas auxiliares, se harán dentro del mismo ámbito. (Sesmero Carrasco, 2010, pág. 25)

Es determinante que el mundo de los negocios es de quienes arriesgan sus ahorros, su tiempo, sus ideas para convertirse en el ícono de ventas, en este caso de productos alimenticios. Para establecer una empresa de catering se considera tener el desempeño funcional, operativo y administrativo que ha de requerir, por lo que es una empresa que busca que una población determinada tenga la demanda de alimentos para su propósito comercial. El negocio de catering exterior se identifica por tener actividades en dos lugares; la primera se refiere a parte administrativa – productiva y la segunda ya es realizada en el lugar del evento o donde se reparte la comida a los invitados del dueño del evento. Todas las personas tienen una actividad que cumplir en cada evento acordado.

1.1.4. CONDICIONANTES PARA EL SERVICIO DE CATERING

“Espacio o espacios disponibles

Tipos de montajes requeridos (salones, tarimas, escenarios, buffets, etc.)

Tiempo máximo para el montaje

Número de asistentes

Tipo de servicio” (Sesmero & Povea, 2013, pág. sec. 1)

Cuando se contrata el servicio de catering se realiza un estudio del espacio con el que se cuenta, para trabajar bajo las condiciones que presta este, otra de las condicionantes es la realización del montaje previo al servicio que se dará, es necesario organizar con tiempo la distribución de las mesas, sillas manteles, decoraciones, utensilios (copas, servilletas, cubiertos, vajillas, etc.), puntos de recorridos de los meseros y servidumbre que distribuirán la comida. En la contratación del servicio se detalla lo que corresponde al número de asistentes, platos que se preparan, hora del evento, para que tipo de evento es el servicio y formas de pago.

1.1.5. ÁREAS DEL CATERING

“La empresa del catering se divide principalmente en cuatro grandes áreas: producción, logística, diseño de eventos y comercial.” (Sesmero & Povea, 2013, pág. sec. 1)

1.1.5.1. Producción

“La oferta más básica de una empresa de catering es aquella que comprende la producción de los alimentos y su distribución junto con el resto de bienes necesarios para el servicio.” (Sesmero & Povea, 2013, pág. sec.1)

En la empresa esta es el área donde se transforma toda la materia prima en alimentos preparados para servirse, dentro de la producción se maneja las subáreas de compras que se encarga de contactar a los proveedores, almacén que recibe y guarda en buen cuidado los productos, conservación que verifica la calidad y fechas de vencimiento de los productos y diversidad de proveedores de la materia prima para constatar la seguridad del producto a obtener. El personal para la producción y el servicio es el mismo, aunque; muchas veces es

necesario contratar personal extra para el servicio por el factor tiempo al momento del servir. El área de producción, a su vez tendrá bajo su cargo la variedad de productos para preparar la comida de acuerdo al contrato realizado en un evento, tiene dos fases la preparación de la comida (cocina central) y propiamente el servicio con la disposición en el lugar del evento.

1.1.5.2. Logística

“Este departamento abarca el grupo de tareas más complejo y varios puntos de todo lo que debe abordar un servicio de catering.” (Sesmero & Povea, 2013)

Refiriéndose a un servicio de alimentación esta tiene bajo su cargo el fortalecimiento de todos los departamentos que existen para mejorar tareas concernientes a cada evento contratado. Con la actividades de las personas que laboran dentro de la logística se tiene un desempeño adecuado, posee funciones vitales dentro de la misma, cuenta con la obligación del hacer que los procesos en todas las áreas sean apropiados. Haciendo referencia a un servicio de alimentación esta área tiene bajo su cargo el fortalecimiento de todos los departamentos que existen para mejorar tareas enfocadas a cada evento contratado. Con un control adecuado las acciones de cada persona dentro de las áreas tanto administrativa, productiva, comercial se vinculan directamente a los objetivos como organización; también, el desempeño de esta área busca localizar las formas más apropiadas de minorar los costos y de incrementar las ganancias partiendo del aumento de la calidad en todos los procesos.

1.1.5.3. Diseño de eventos

“Es también un área compleja, aunque más especializada que la logística, ya que se ocupa de la dirección y la coordinación de todos y cada uno de los aspectos en que deriva la organización de un evento.” (Sesmero & Povea, 2013)

La persona que dirige el catering, es decir quien maneja la parte legal de la empresa su representante desde el inicio hasta el final del evento, aquella persona que dispone de esta área tiene un trabajo arduo y sobre él recae toda responsabilidad con los proveedores y los clientes. Maneja las demás áreas, toma en cuenta las compras, el almacenaje, las condiciones ambientales, contratación del personal, el tipo de servicio, el montaje, los utensilios y demás bienes a utilizarse, los costos, la rentabilidad, el tiempo, la fecha, publicidad, fechas

disponibles y contratadas etc.

1.1.5.4. Comercial

“Se encarga de todo lo que tiene que ver con la promoción, presentación y dar a conocer a la empresa y sus productos.” (Sesmero & Povea, 2013)

Esencialmente la empresa de catering busca la cobertura de sus servicio en un sector amplio de la localidad; esto se consigue partiendo del conocimiento de la misma; tanto que, allí actúan mediante la difusión de las características de la empresa, sus servicios, obteniendo capacidad para captar clientes fieles y a largo plazo que puedan a su vez dar a conocer el producto que oferta la empresa. Se reflejan los resultados mediante la inversión en los clientes más referenciales para el negocio.

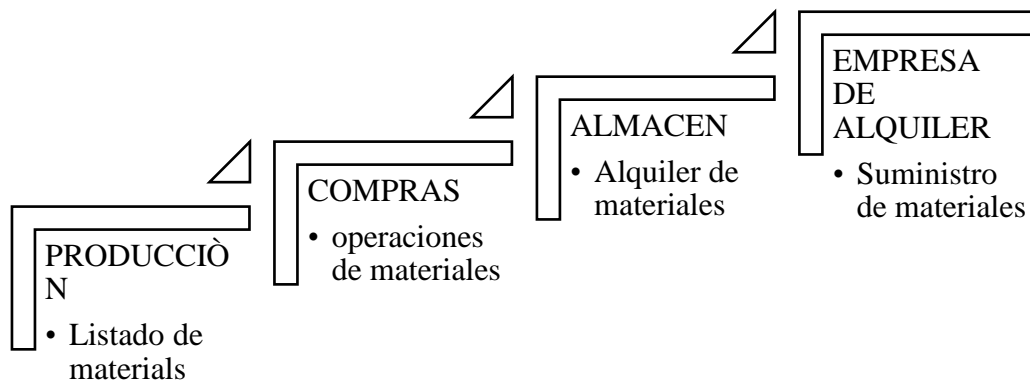


Figura 1. Áreas de la empresa

FUENTE: (Andreu Galdeòn, 2014, pág. 97)

Todos los departamentos de la empresa de catering tienen su rol, la buena predisposición de uno, depende la calidad de las funciones del otro, sin embargo todos deben trabajar con un mismo fin, dar un servicio con los caracteres convenidos y que llene de expectativas de los clientes para obtener futuras contrataciones.

1.1.6. DEFINICIÓN DE BANQUETES

“Es un servicio de bebidas y alimentos para un número de personas predeterminado, elaborados en el mismo lugar donde serán servidos. Antes de su celebración, se establece un

acuerdo previo de los servicios y el precio.” (Díaz, 2014, pág. 47).

En la empresa para la cual se está realizando este estudio se ha considerado este término de “banquete” por el hecho de definir la idea más conveniente de alguna cosa especial e importante para brindar el servicio. Va acompañado del catering por cuanto se relaciona la cantidad de invitados se definen con anticipación los costos y el tipo de servicio a entregar.

“Desde el punto de la hotelería, se entiende por banquete un servicio de comidas, bien sea el almuerzo o cena, que se sirve a un número grande de comensales mediante un menú concertado con anterioridad, cuyo precio también ha sido convenido de antemano.” (Sesmero, 2009)

Considerando que la comida manabita se encuentra en todos los eventos sociales es necesario resaltar que este estudio empresarial servirá para prolongar las tradiciones culinarias dándole un toque de elegancia y buen gusto a la presentación de los platos que se brinda en los eventos, sin perder los sabores que se manifiestan en estas comidas y además, cuidando de no afectar la economía de los clientes, con los costos adecuados.

1.1.7. TIPOS DE CATERING

1.1.7.1. Catering de línea fría

“Un catering de línea fría combina las técnicas de conservación más sofisticada con un sistema de transformación y regeneración seguro”. (Sanchez, 2013, pág. 4).

La cocina moderna transfiere la conservación de los alimentos en una fase de temperatura fría para lograr mantener las propiedades adecuadas de los mismos sin estropear su buen estado para poder consumirlo sin deterioro.

Asimismo la cocina fría es un tipo de catering muy apetecido por los comensales que prefieren degustar algo diferente y exótico. Se logra la fusión de la cocina moderna con la seguridad de los alimentos, y la no contaminación por el hecho de mantener una temperatura sin cambios.

El sistema de catering línea fría permite que las bacterias no ataquen los alimentos y estos se conserven:

Alimentación segura

Alimentación nutricional

Alimentos controlados y planificados

Alimentos mejor presentados y de alta calidad

Higiene en todos sus momentos

Fácil preparación.

1.1.7.2. Catering *in situ*

“Este tipo de catering necesita una gran movilización, tanto de materia prima como de maquinaria, por lo que suelen tener un coste final elevado.” (Sanchez, 2013)

El catering in situ proporciona a los clientes la tranquilidad de que todo este predispuesto en los términos acordados con la empresa que realiza servicios de catering, la misma que tiene que trasladarse con todo lo necesario a la casa u oficina para desde allí elaborar los platillos convenidos. Este servicio es un poco más caro para el cliente.

1.1.8. ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE COMIDAS

“Los primeros alimentos base de la nutrición humana fueron frutos y plantas consumiéndose, de estas últimas raíces, tallos y hojas. Progresivamente comenzó la caza de pequeños animales, alimañas, aves atrapadas entre la espesura de los bosques o pequeños peces conseguidos con arte de pesca muy diferentes a los actuales.” (Rumbado, 2013, pág. cap. 1).

En tiempo atrás la comida fue una forma de sobrevivir, el hombre el ser humano logro poco a poco el conocimiento para dejar de sentir hambre buscando los alimentos de forma rústica. Se ingenió muchas formas de alimentarse con frutas, ramajes y la caza de animales de la selva. Poco a poco fue cambiando sus formas de comer hasta la actualidad ha llegado al punto de que la comida está perjudicando la salud por el consumo inadecuado de ciertos aditivos que se le agrega inapropiadamente; se debe buscar la forma de cambiar el estilo

alimentario. La alimentación es para el ser humano una de las necesidades esenciales para sobrevivir; por ello se hace preciso que cada comida tenga los nutrientes y las proteínas que permitan aumentar su estado prolongar su salud. La alimentación sana influye mucho en el retraso de la vejez, de la prevención de enfermedades crónicas.

“Los alimentos se obtienen a partir de la materias primas comestibles, de origen animal o vegetal, suministradas por los sectores productivos primarios, del campo y la pesca, fundamentalmente, que deben ser transformada por la tecnología en productos que podamos utilizar en casa o restaurante.” (Segura Beneito & Varó, 2010, pág. 11)

“Saber cocinar es una actividad humana que supone no solamente preparar la comida de forma apetitosa y que facilite su digestión, sino que es también saber tratar bien los alimentos, respetando su valor nutritivo y sobretodo, garantizando su inocuidad para el consumo humano, es decir, que no le puedan causar ningún daño o perjuicio en su salud. (Segura Beneito & Varó, 2010, pág. 9)

La cocina es una profesión que se aprende de adaptando el conocimiento con la habilidad para realizar las mezclas adecuada de los alimentos, teniendo en cuenta que existen distintas formas de preparar un plato, de acuerdo a las necesidades de cada individuo. La habilidad de cocinar alimentos de manera adecuada para obtener un sabor exquisito, colores atractivos y evitar enfermedades digestivas en el ser humano, necesita que sea preparado y se pueda satisfacer primeramente el apetito que es una necesidad que ha nacido con el ser humano, en segundo lugar se elabora la comida con un cuidado adecuado para que el valor nutricional y alimenticio de cada comida se mantenga inalterable; para tener seguridad que se ha satisfecho sin perder la buena costumbre de alimentarse bien; siendo la comida muy importante para mantener la salud, nuestro cuerpo necesita un sinnúmero de sustancias que ayudan a fortalecer el funcionamiento correcto del hombre. (Segura Beneito & Varó, 2010, pág. 9)

1.1.9. TIPOS DE RESTAURANTES GOURMET

1.1.9.1. Restaurante fino o tipo gourmet

“Esta clase de restaurante queda mejor descrita como un comedor formal,

generalmente con manteles y servilletas de lino (de ahí la frase “operación del mantel blanco” con la que generalmente son descrito).” (Cooper, Floody, & McNeil, 2015, pág. 9)

Este tipo de restaurantes prestan un servicio personalizado incluido todos los protocolos asignados para la ocasión como referencia del costo elevado, allí concurren personas de nivel económico alto por el costo del servicio, asimismo son muy pocos los clientes que poseen. Básicamente estos cenáculos se vuelven muy extensos y los dueños el restaurante aprovechan para hacer que se aumente el consumo.

1.1.9.2. El restaurante mediano, informal y de ambiente familiar

“Estos restaurantes se prestan para ser manejados por sus propietarios y dependen grandemente del apoyo de los habitantes de la localidad.” (Cooper, Floody, & McNeil, 2015, pág. 10)

Estas se sustentan por la concurrencia de las personas que consumen, este tipo de negocios no tienen áreas definidas, más bien realizan sus ventas rápidas; cuando sale un cliente entra otro. Depende también si en el hogar ambos trabajan y tiene ingresos para gastar fuera de lo ordinario. Existe también la amistad entre los clientes y el propietario del negocio y ofrece un menú fácil para que todos puedan realizar sus pedidos sin dificultad y estos son atendidos como si estuviera en casa. Estos son negocios que se colocan en sitios de la zona urbana con el fin de vender comidas, la mayoría de las veces criollas o propias del lugar, estos requieren de un espacio mínimo para operar, donde las personas compran para llevar o consumen rápidamente sin utilizar protocolo.

1.1.9.3. Restaurante de comida rápida

“Esta clase de restaurante generalmente se distingue por la servilleta de papel o el poco o ningún servicio personal. Se utilizan alimentos congelados que se preparan de tal forma que los platos puedan cocinarse y servirse rápidamente.” (Cooper, Floody, & McNeil, 2015, pág. 112)

Estos restaurantes son muy pequeños pero manejan un alto volumen de ventas por el hecho de preparar comida rápida y la gente casi no se queda en el lugar, es decir que compra

para llevar, tienen muchos clientes en un vaivén entre ellos, las comidas son muy económicas y grandemente consumidas. Los mismos tienen que ubicarse en un lugar estratégico; como, escuelas, empresas financieras, de transportes, parques, centros comerciales para captar más clientes.

1.2. MARCO LEGAL

Para la operatividad de la empresa de catering y banquetes especializados en comida gourmet manabita es necesario establecer el marco legal que respalde su constitución y garantice la sostenibilidad y sus funciones de la misma. La enunciación del marco legal debe poseer concordancia con la ley, reglamento de turismo y otros sectores del ministerio de turismo que intervengan en el estudio de la empresa de catering y banquetes.

1.2.1. SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Es una organización independiente que tiene la voluntad de acaparar decisiones, para establecer una determinación para recaudar un impuesto ya sea a personas naturales como a jurídicas. En esta empresa se ejecutara este permiso para la iniciación de la empresa de Catering y Banquetes, que es la adquisición del (RUC) Registro Único de Contribuyentes, para que pueda cumplir con esta responsabilidad tributaria.

1.2.2. LEY ORGÁNICA DE RÉGIMEN MUNICIPAL

Esta ley esta delegada a asignar e inspeccionar para que las empresas logren sus actividades comerciales, esta autorización que da el municipio se llama patente, es para que los establecimiento realicen sus actividades en un lugar seguro. Esta patente se la debe renovar anualmente.

1.2.3. CUERPO DE BOMBEROS

Esta entidad se encarga de otorgar seguridad y bienestar, esta designada a salvar vidas. Esta compañía da un permiso para que pueda funcionar una empresa.

1.2.4. MINISTERIO DE SALUD

Es una institución que esta delegada de regular, controlar y regular el bienestar de la población ecuatoriana.

1.2.5. MINISTERIO DE TURISMO

Esta institución está establecida para promover el turismo en el Ecuador, y por ende fortifica el desarrollo económicamente.

1.3. MARCO INSTITUCIONAL

1.3.1. MINISTERIO DE TURISMO

Esta delegado a legalizar todo las empresas que tengan servicio de alimentos y bebidas ya sean a personas ecuatorianas o a las extranjeras.

El ministerio ejerce ciertas funciones en cuanto a los establecimientos gastronómicos las cuales son:

- VII. Concede la categoría ;
- VIII. Cede la calificación a los establecimientos gastronómicos;
- IX. Cambia la categoría y calificación otorgada;
- X. Soluciona los recursos de carácter administrativo que expresen los titulares de establecimientos gastronómicos en dependencia con la categorización o calificación concedida;
- XI. Controla el estado de conservación de dichos establecimientos, así como calidad y condiciones del servicio que presten, ya estableció en el plan anual de supervisión e inspección.

1.4. MARCO CONCEPTUAL

Ablandar: poner blanda y maleable la grasa, con ayuda de un rodillo o a mano dándole una consistencia menos firme. (Area Gómez, 2012)

Abrillantar: Dar brillo con una jalea o grasa a un preparado. (Area Gómez, 2012)

Aceitar: Aplicar una fina película de aceite sobre una superficie para evitar la adherencia. (Area Gómez, 2012)

Aceitosa: pasta (de almendras) mal trabajada que presenta aspecto grasiento. Masa fermentada muy caliente cuya materia grasa se funde. También se aplica a la masa de petisú cuando no está seca. (Area Gómez, 2012)

Acidular: Rociar o poner zumo de limón o vinagre al agua de cocer cierto géneros. (Area Gómez, 2012)

Apretar: Batir, con un rápido movimiento circular, una crema ligera para conseguir un perfecto homogeneizado. Endurecer las claras montadas batiéndolas después de añadir azúcar. (Area Gómez, 2012)

Aprovechar: recoger totalmente restos cremas, etc. Utilizar restos de preparados para elaborar otros productos. (Area Gómez, 2012)

Aromatizar: Añadir a un preparado elementos con fuerte olor y sabor. Perfumar. (Area Gómez, 2012)

Cascar: Romper y quitar la corteza a los frutos secos. Golpear la cascara de los huevos. (Area Gómez, 2012)

Catering: “Como catering se entiende a toda aquella actividad hostelera que tiene como finalidad, la producción, realización y posterior ejecución de un servicio de comidas y/o bebidas, esta última a un lugar remoto al centro de producción” (Sesmero Carrasco, 2010)

Cocer: Transformar por acción del calor el gusto y propiedades de un género. Ablandar y hacer dirigible un género. Hacer entrar en ebullición un líquido. (Area Gómez, 2012)

Cocina de autor: “Es una forma de entender la gastronomía muy particular del

cocinero del cocinero que la lleva a cabo: marca sus propias pautas en cuanto a la idea original y su desarrollo, desde el diseño hasta la presentación final el plato.” (Sesmero & Povea, 2013)

Cortado: Se dice que una mezcla se corta cuando se separan sus componentes. (Area Gómez, 2012)

Crema: consistencia que se obtiene trabajando grasa y azúcar hasta obtener una textura ligera y esponjosa. (Area Gómez, 2012)

Cribar: frotar contra el fondo de una criba o tamiz para separar partículas de un género, por ejemplo con objeto de quitarles la piel. (Area Gómez, 2012)

Cuajar: Coagular o espesar ciertos preparados ya sea por acción del calor o del frío. (Area Gómez, 2012)

Cubrir: recubrir completamente un producto. (Area Gómez, 2012)

Empresa: Es un almacén con entradas y salidas de problemas a los que dar una respuesta acertada, para que los próximos problemas superen en dificultad y a los anteriores. (Goñi, 2014)

Escaldar: sumergir brevemente en agua hirviendo un género para ablandarlo o retirarle la piel más fácilmente. (Area Gómez, 2012)

Escalfar: cocer suavemente. Mantener un género sumergido en un líquido a punto e hervir pero sin llegar a hacerlo. (Area Gómez, 2012)

Hervir: Cocer un género por inmersión en un líquido en ebullición. Hacer que un líquido entre en ebullición. (Area Gómez, 2012)

Infusión: acción de añadir agua hirviendo sobre una planta aromática para extraer su color, aroma y sabor. (Area Gómez, 2012)

Majar: machacar con el mortero (Area Gómez, 2012)

Mise en place: Puesto a punto. Preparación de todo lo necesario, para empezar el servicio. (Area Gómez, 2012)

Prensar: Poner un preparado en un molde prensa para enfriarlo. Poner un peso sobre un preparado para comprimirlo. (Area Gómez, 2012)

Puesta a punto: mise en *place* (Area Gómez, 2012)

Tamizar: pasar o colar. Separar con cedazo la parte gruesa de una harina. Hacer un puré con un tamiz. (Area Gómez, 2012).

CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO Y RESULTADOS

2.1. MACRO ENTORNO

2.1.1. MACRO- LOCALIZACIÓN

Las actividades del negocio se realizarán Ecuador, en la provincia de Manabí, en el cantón El Carmen. A partir de la investigación realizada se ha decidido que la empresa mantendrá sus actividades normales de venta de alimentación en esta ciudad de El Carmen donde no existe otra empresa que ofrezca comidas típicas manabitas teniendo al alcance la materia prima y personal calificado para cada área.

Es necesario delimitar correspondientemente a la localización de la empresa.

Existen operaciones directas e indirectas; dentro de las operaciones directas se consideran a las empresas financieras, clientes particulares, entidades del estado, los competidores o grupos que afectan directamente a la empresa de catering ; mientras que, se ordenan como grupos indirectos a los empleados fijos y eventuales de negocio; también, los recursos económicos, tecnológicos, territoriales, políticos son indirectos aunque de acuerdo a su utilización en la empresa, puede llegar a ser directos.

2.1.2. FACTORES TECNOLÓGICOS

En la actualidad en el Ecuador se cuenta con equipos tecnológicos de alto alcance para el procesamiento de los alimentos, conservación y refrigeración. En la empresa de catering y banquetes se trabajará con una tecnología basados en la logística moderna referente a (la cocina de inducción, vitrinas *freshbox*, refrigerantes, dispensadores de bebidas, entre otros.). Cuando haya la necesidad de innovar y de acuerdo a la economía y los requerimientos del mercado se dispondrá de equipos más tecnológicos.

2.1.3. FACTORES ECONÓMICOS

La economía en el Ecuador en los últimos 5 años se ha visto seriamente afectada por

la prohibición de realizar importaciones, los precios bajos de crudo de petróleo, la inestabilidad del sector primario referente a la poca tecnificación de la producción por parte de los productores, los salarios descompensados por el alto costo de la canasta familiar, por este motivo la empresa de catering accederá a productos y materia prima de costos accesibles para brindar comidas precios cómodos aunque el ciudadano común ha tratado de movilizar su economía a la nueva realidad del estado.

Es necesario enfatizar que el sector financiero ha incrementado sus carteras de créditos para microempresas productivas lo que ha sido positivo la reactivación de la producción.

■ TASA DE CRECIMIENTO DE LA ECONOMÍA ECUATORIANA

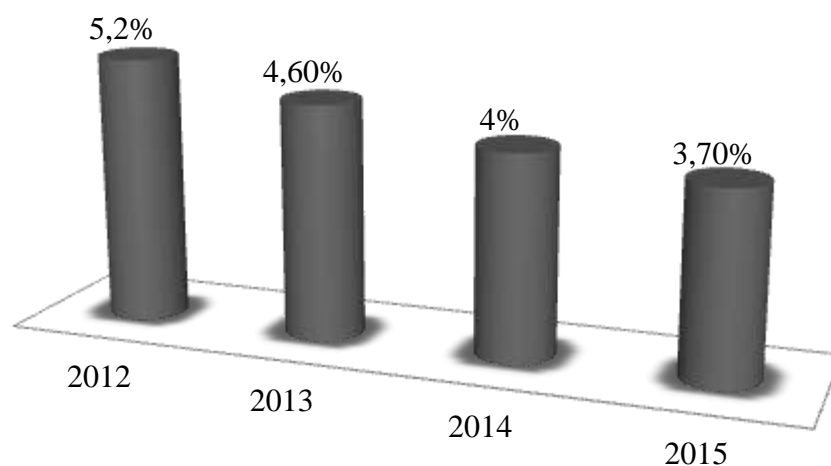


Figura 2. Tasa de crecimiento de la economía Ecuatoriana

ELABORADO POR: Lisset Loor.

FUENTE: (BCE) Banco Central del Ecuador 2015.

2.1.4. FACTORES POLÍTICO – LEGAL

La estructura legal del Ecuador desde el 2008, con la aprobación de la nueva constitución se dieron cambios valiosos que han logrado modificar a su vez a los distintos sectores cambiando su forma de trabajar, pero este cambio también ha modificado la realidad gastronómica y turística en nuestro país.

Hoy en día SRI como ente regulador de las actividades industriales, comerciales y sociales trabaja con el fin de promover una buena administración financiera, regulación de los pagos al estado. Además, los organismos provinciales y municipales mantienen algunos requisitos para poner en marcha un negocio como patentes, permisos del cuerpo de bombero, permiso de funcionamiento, y demás certificados cumpliendo con las ordenanzas municipales de la ciudad de El Carmen.

2.1.5. FACTORES SOCIO - CULTURAL

En la ciudad de El Carmen provincia de Manabí, desde hace una década se ha desarrollado la cultura de los catering a la hora de saborear comidas en reuniones sociales o de negocio, y aperitivos en las empresas en los minutos de intervalo, cultura que se ha impuesto de forma arraigada. Siendo un tiempo apropiado para imponer el gusto de saborear la comida típica manabita como es consumir algo propio de la tierra a la que pertenecen.

2.2. MICRO ENTORNO

2.2.1. MICRO - LOCALIZACIÓN

La empresa se localizará en la Ciudadela Santa Rosa diagonal a la escuela de choferes profesionales, a 20 metros de la Avenida 3 de Julio.

El catering desde el punto de vista gastronómico está incluido en los negocios de hostelería y restauración dando un avance al crecimiento de una adecuada alimentación en los habitantes de la ciudad de El Carmen.

Para mayor seguridad al buen desarrollo de la empresa de alimentos es necesario distinguir que se encuentra en una población donde este servicio está dentro de las nuevas opciones de alimentación, por consiguiente no existen empresas que trabajen bajo este perfil, además existe la demanda en las empresas de distintas índole que existen en la ciudad de El Carmen.

2.2.2. ANÁLISIS DEL SECTOR

La alimentación es un negocio que tiene prosperidad y competitividad en la ciudad de

El Carmen, por los motivos de la ampliación empresarial que consienten la existencia de oficinistas que a la hora de servirse alimentos buscan un servicio que les permita cumplir con el horario laboral y satisfacción de sus necesidades de alimentación. La empresa tiene ventajas; sin obviar la realidad de que existe un sinnúmero de restaurantes en la localidad que les prestan un buen servicio a los clientes.

La competencia es un factor primordial a la hora de analizar el sector, pero la empresa que oferta el servicio de alimentación para eventos garantizará la calidad de la materia prima, el valor nutricional de los platos acogiéndose a las nuevas normas de alimentación que ha generalizado el Ministerio de hotelería y turismo para el servicio de restauración, haciéndose acreedor de una ventaja competitiva.

2.2.3. ANÁLISIS DE LOS PROVEEDORES

La zona de la ciudad de El Carmen es prodigiosa en materia prima de calidad y los proveedores tienen la ventaja en el surtido de estos productos a la empresa de Catering. También corporación la AKÍ, servirá para proveer los cárnicos con las marcas de Pronaca, Mr. Pollo, lácteos, condimentos; las frutas y verduras se designa a la empresa familiar Flores para el abasto.

Los utensilios y materiales de cocina serán adquiridos en almacén (PRIKA, Créditos Romario) que comercian estos productos, los convenios de pagos serán convenidos. La vestimenta para el personal será proveída por el almacén “La casa del pueblo” Además, se contará con empleados capacitados y profesionales para realizar las funciones propias de la empresa, para laborar de acuerdo a sus habilidades y destrezas.

2.3. INVESTIGACIÓN DEL MERCADO

2.3.1. POBLACIÓN

En el presente trabajo de investigación el objeto de observación o estudio, fueron los 15.453 personas entre ellos; los gerentes y/o directivos de las empresa, microempresas, instituciones, organizaciones y cooperativas que realizan sus actividades económicas en la zona urbana de la ciudad de El Carmen los que constituyen la población universo de estudio

para la investigación que se está planteando, para la cual se generalizarán los resultados del mismo; tanto en la encuesta preliminar como en la definitiva.

2.3.2. MUESTRA

Este estudio empresarial es realizado en la ciudad de El Carmen, situada al noroccidente de la provincia de Manabí - Ecuador. Con una población económicamente activa correspondiente al sector terciario que corresponde a 15.453 personas de la PEA señalando específicamente a las financieras, organizaciones, instituciones, empresas y microempresas que actualmente se encuentran produciendo. (GADMEC, 2015).

Calculo de la muestra:

$$n = \frac{N * Z^2 * (p*q)}{E^2 * (N - 1) + Z^2 * (p*q)}$$

$$N = 15.453$$

$$Z^2 = 1.96^2$$

$$p = 0.9$$

$$q = 0.1$$

$$e = 0.05$$

$$n = \frac{5.340,56}{38,98}$$

La muestra ha sido calculada obteniendo un resultado de (137) personas que serán objeto de este estudio, quienes representan a la población económicamente activa del sector terciario PEA. del cantón El Carmen.

2.3.3. TABULACIÓN

2.3.3.1. Encuestas aplicadas a los empresarios/microempresarios, cooperados, asociados y demás pertenecientes a la PEA y sector terciario de la ciudad de El Carmen.

1.- ¿Usted tiene conocimientos acerca de que es un servicio de alimentación a domicilio?

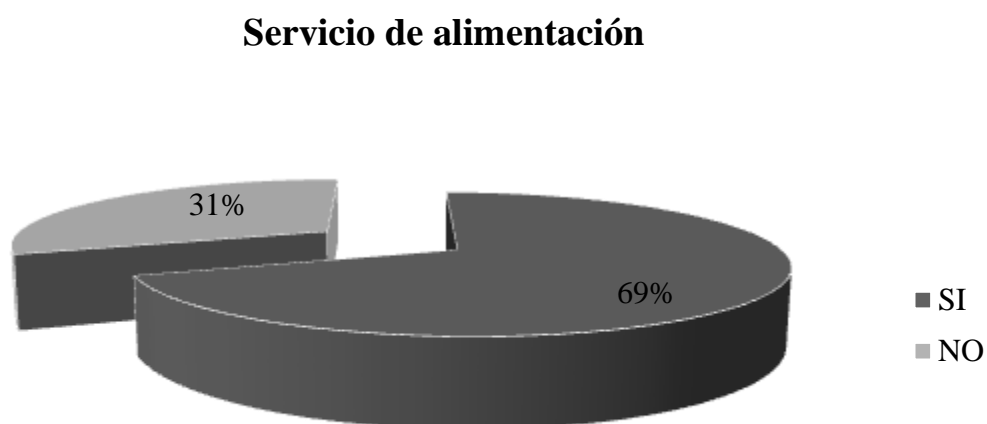


Figura 3. Conocimiento de servicio de alimentación

REALIZADA POR: Lisset Loor.

FUENTE: Encuesta a los empresarios/microempresarios. marzo 2016

De la encuesta aplicada se determina que un 69% de los encuestados respondieron que si conoce el servicio de alimentacion, un 31% considera que no tienen conocimiento de que es un servicio de alimentación. Este resultado indica que hay una cultura aceptable de alimentación saludable.

2.- ¿Conoce usted alguna empresa que preste servicio de alimentación a domicilio para eventos?

Empresa que preste servicio de alimentación

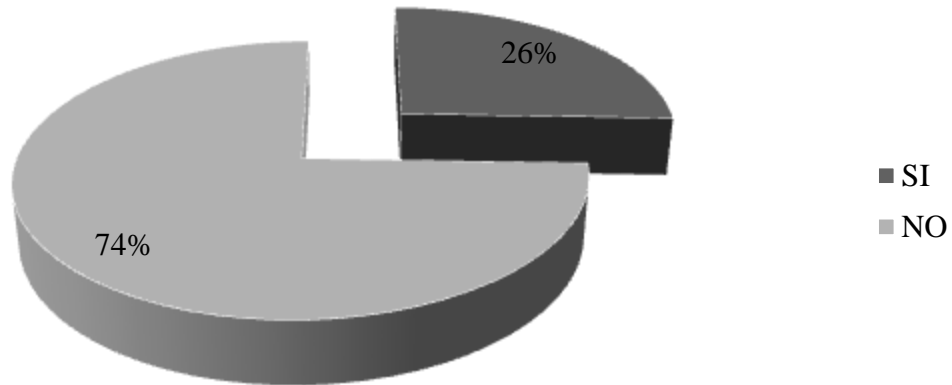


Figura 4. Empresa en servicio de alimentación

REALIZADA POR: Lisset Loor.

FUENTE: Encuesta a los empresarios/microempresarios. marzo 2016

De acuerdo a los resultados el 26% asume que si conocen empresas que prestan servicios de alimentación; y el 74% afirma que no saben de este servicio. Este resultado es un indicio para ubicar la empresa como una opción propicia para ofertar el servicio de alimentación en la ciudad de El Carmen.

3.- ¿Usted contrataría una empresa que brinde servicios de alimentos para los eventos sociales de su empresa? (por favor ordene del 1 al 4; siendo 1 más importante y 4 menos importante)

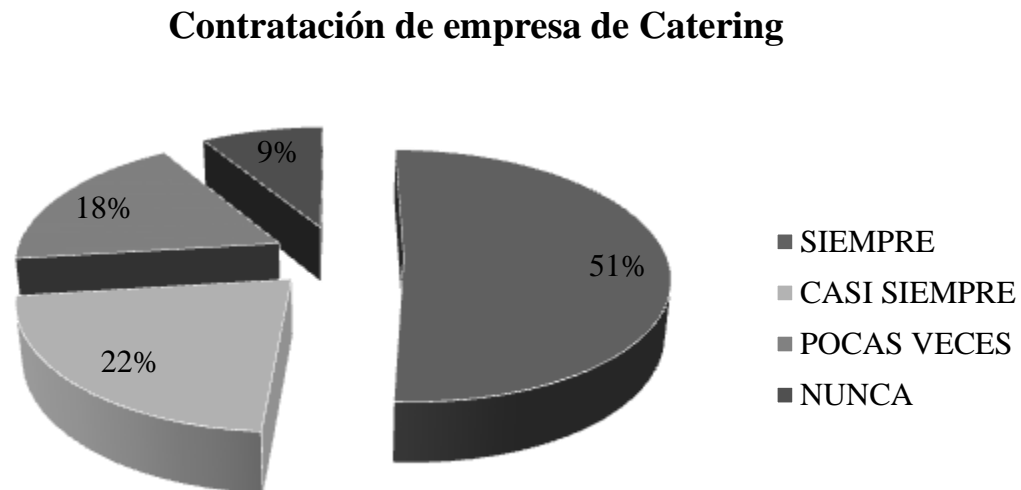


Figura 5. Contratación de empresa de Catering

REALIZADA POR: Lisset Loor.

FUENTE: Encuesta a los empresarios/microempresarios. marzo 2016

Según los resultados obtenidos se determina que el 51% de los encuestados contratarían siempre el catering, el 22% alguna vez, el 18% pocas veces mientras que el 9% nunca. Este resultado es un indicio para ubicar la empresa como una opción propicia para ofertar el servicio de alimentación en la ciudad de El Carmen.

4.- ¿Qué es más importante para usted al momento de contratar el servicio de alimentación? (por favor ordene del 1 al 5; siendo 1 más importante y 5 menos importante)

Importancia para contratar un Catering

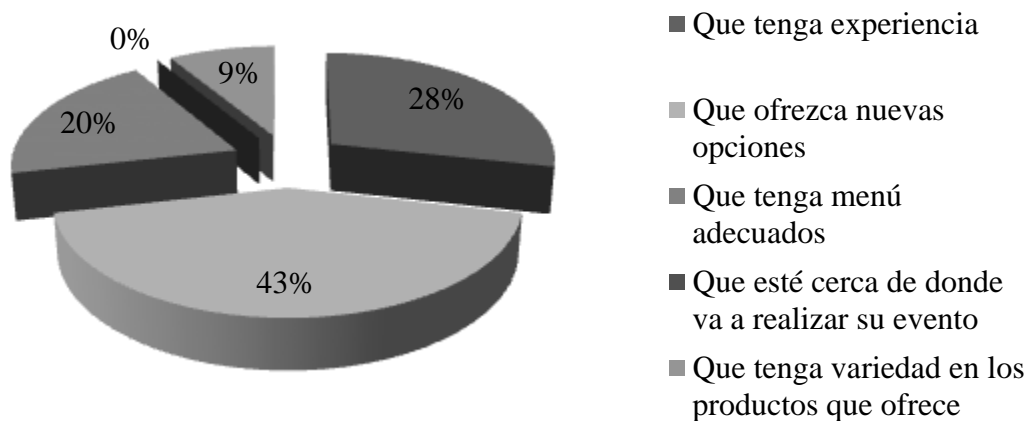


Figura 6. Importancia para contratar un Catering

REALIZADA POR: Lisset Loor.

FUENTE: Encuesta a los empresarios/microempresarios. marzo 2016

De las preguntas realizadas se determinó que el 43% contestaron que es importante que ofrezca nuevas opciones; el 28% manifestaron es importante que tenga experiencia, el 20% opinaron que es importante que tenga menú adecuados el 9% aseveraron es importante que tenga variedad en los productos que ofrece.

Estas respuestas indican que existe una importancia mayoritaria de los clientes en degustar nuevos aromas, colores y texturas en las comidas que puede ofrecer una empresa de Catering.

5.- ¿Le interesaría a usted que en El Carmen exista una empresa de servicios de alimentos que brinde comida gourmet manabita? (por favor ordene del 1 al 4; siendo 1 más importante y 4 menos importante)

Interés sobre la existencia en empresa de catering

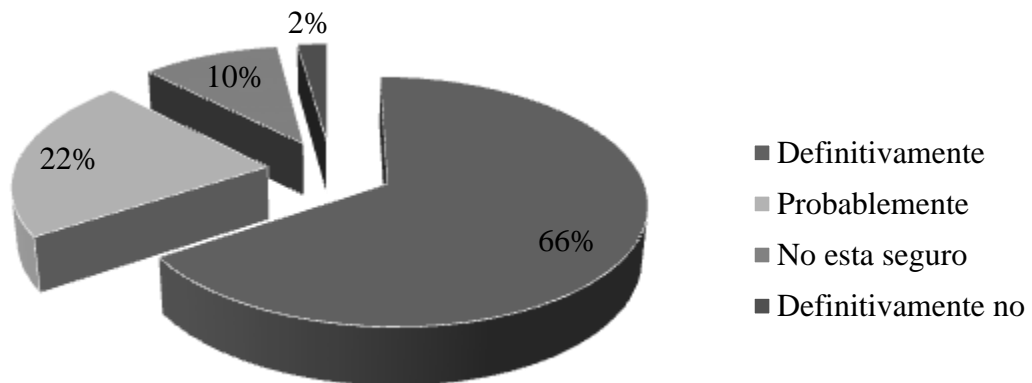


Figura 7. Interés sobre la existencia en empresa de catering

REALIZADA POR: Lisset Loor.

FUENTE: Encuesta a los empresarios/microempresarios. marzo 2016

De la encuesta realizada se determina que el 66% de los encuestados si se interesan en la existencia de la empresa de Catering, el 22% probablemente; el 10% no está seguro; y, el 2% definitivamente no. Lo que indica que la aceptación de los ciudadanos en la creación de la empresa es mayoritaria entre los encuestados, por tanto tiene competitividad de mercado.

6.- ¿Cree usted que el servicio de alimentación (catering y banquetes especializado en comida gourmet manabita será competitivo en el mercado de la ciudad de El Carmen? (por favor ordene del 1 al 3; siendo 1 más importante y 3 menos importante)

Competitiva de la empresa de catering en el mercado de El Carmen

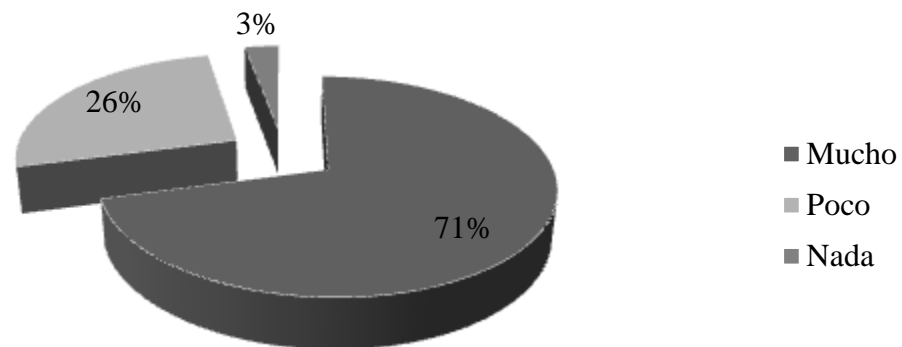


Figura 8. Competitiva de la empresa en el mercado de El Carmen

REALIZADA POR: Lisset Loor.

FUENTE: Encuesta a los empresarios/microempresarios. marzo 2016

De acuerdo a las respuestas emitidas se determinó que el 71% piensa que la empresa de catering es competitiva, el 26% que es poco competitiva y el 3% manifestó que es nada competitiva. Estas respuestas indican que la competitividad de la empresa de servicio de alimentación es una buena opción para entrar en el mercado gastronómico de forma adecuada en un nivel de competencia en el entorno local.

7.- ¿Usted en su empresa ha establecido el servicio de alimentación a los empleados dentro de los acuerdos y el contrato de trabajo?

Catering dentro del contrato laboral

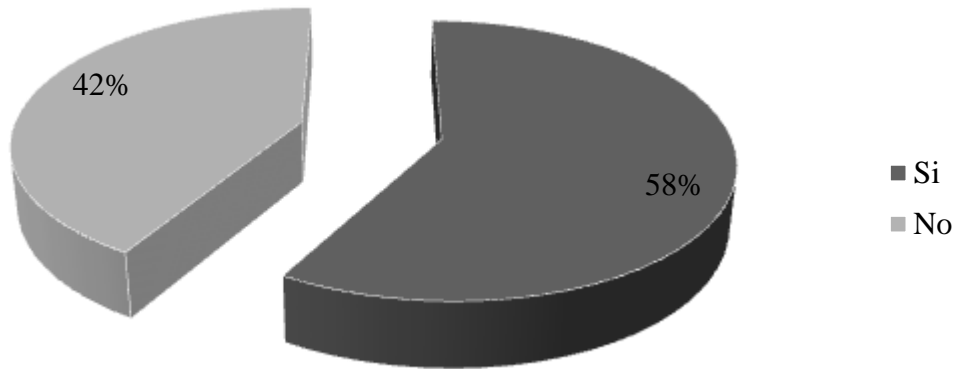


Figura 9. Catering dentro del contrato laboral

REALIZADA POR: Lisset Loor.

FUENTE: Encuesta a los empresarios/microempresarios. marzo 2016

De acuerdo a las respuestas se determina que el 58% refleja que si ha establecido el servicio de alimentación a los empleados dentro de los acuerdos y el contrato de trabajo y el 42% que no.

8.- ¿Usted puntualice que tipos de platos consume habitualmente?

FRECUENCIA

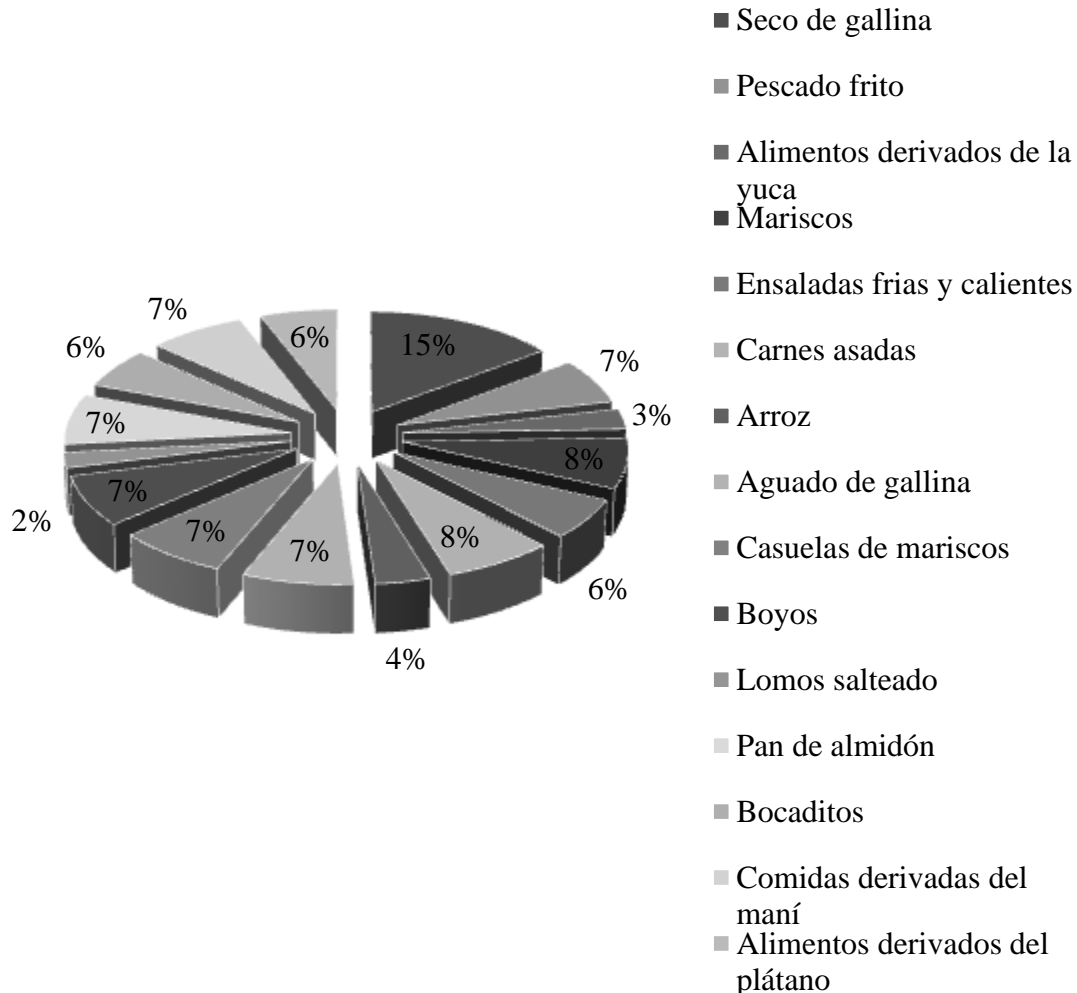


Figura 10. Platos que consume habitualmente

REALIZADA POR: Lisset Loor.

FUENTE: Encuesta a los empresarios/microempresarios. marzo 2016

De la interrogante realizada el 15% de los encuestados han coincidido que el plato que más consumen es el seco de gallina, 7% consumen mariscos, carnes asadas, cazuela de mariscos, pescado frito, aguado de gallina, comidas derivadas el maní, pan de almidón y bollos; el 6% consumen ensaladas frías, bocaditos y comidas derivadas del plátano; el 4% consumen arroz el 3% productos derivados de la yuca correspondiente y el 2% consumen lomo salteado.

2.4. OFERTA – DEMANDA

2.4.1. OFERTA DEL SERVICIO DE CATERING EN EL CARMEN

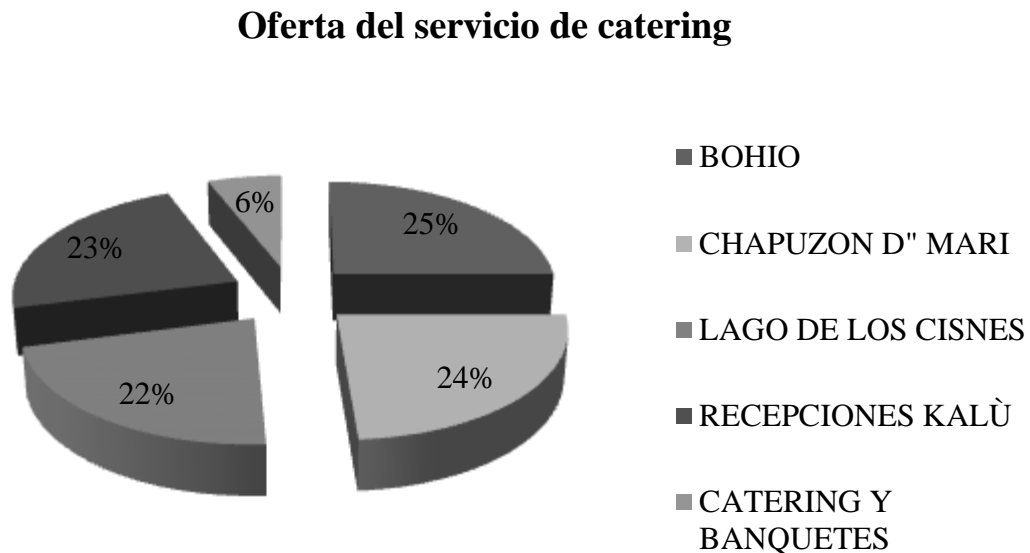


Figura 11. Oferta del servicio de catering en El Carmen

ELABORADO POR. Lisset Loor.

FUENTE: Locales de eventos de Catering. Mayo 2016

Las empresas de eventos alimenticios tienen una oferta proporcional que cubre a la PEA lo que determina que el 25% lo cubre recepciones Bohío, el 24% el Chapuzón d" Mari, el 22% Lago de los cisnes, el 23% Kalù recepciones; y el 6% la empresa catering y banquetes. Sin embargo, existen clientes que por distintos factores se ven obligados a consumir otros tipos de alimentos que no tienen la nutrición ni la elaboración apropiada.

Tabla 1. Eventos mensuales de empresas de catering en El Carmen

Nombre Empresa	Dirección	Servicio (Catering y Banquetes)	Nº de Eventos mensuales	Nº de personas
Chapuzón D' Mari	Barrio Atenas # 3 y Av. 3 de julio	Catering y Banquetes	6	150-200
Lagos de los Cisnes	Av. 3 de julio	Catering y Banquetes	4	100-130
Kalù recepciones Bohío	Av. 3 de julio Av. Chone y los naranjos	Banquetes Catering y Banquetes	3 8	80- 100 100-150

ELABORADO POR: Lisset Loor.

FUENTE: Empresas de catering y banquetes. Mayo 2016

Nº DE EVENTOS MENSUALES

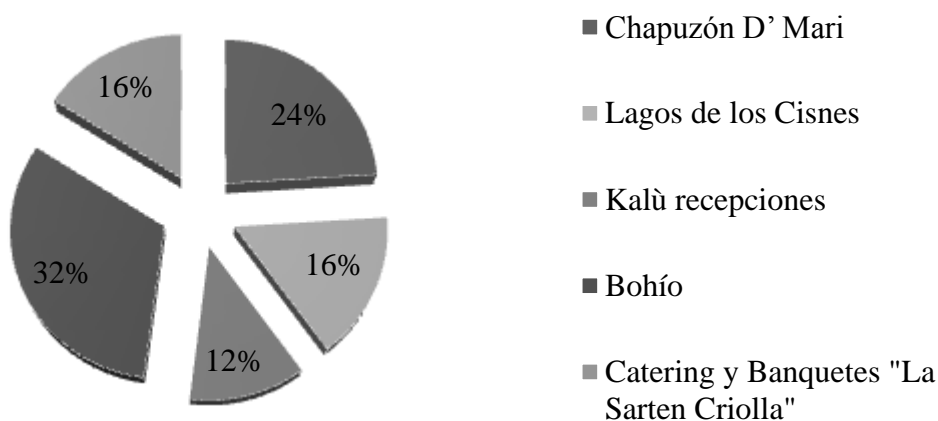


Figura 12. Número de eventos de catering y banquetes

ELABORADO POR: Lisset Loor.

FUENTE: Empresas de catering y banquetes. Mayo 2016

De la investigación que se efectuó se determina que el 32% de los eventos los realiza el Bohío, el 24% Chapuzón d' Mari, el 16% Lago de los Cisnes, el 12% Kalú recepciones y la empresa motivo de este estudio ocuparía el 16%.

Lo que indica que es necesario ofertar los servicios de catering a la población para que necesite consumir nuevos sabores en la comida tradicional manabita.

2.4.2. DEMANDA

Los beneficiarios de este proyecto son 15.453 personas del Pea, fluctúan entre los 22 y 50 años de edad, hombres y mujeres, oficinistas que laboran como empresarios y microempresarios de la ciudad de El Carmen. Además tienen una cultura de alimentación apropiada para incrementar las ventas del servicio de catering.

Las características de los clientes son muy específicas, por cuanto la mayoría de ellos laboran en empresas de la localidad en calidad de ejecutivos en distintas áreas de las mismas, en la zona urbana de ciudad de El Carmen con la disposición de tiempo muy escaso, sin embargo buscan tener un producto de calidad para sentirse satisfechos y a partir de ello crean la fidelidad.

Existe en la ciudad de El Carmen, ejecutivos de las empresas/microempresas con una gran cantidad de insatisfacción referente a la oferta del servicio de alimentación (Catering) de acuerdo al análisis del negocio que se ha realizado da la pauta para cubrir las necesidades y generar una rentabilidad económica. Se dará asignaciones a las negociaciones de acuerdo a las alianzas de pago con los clientes, mediante formas de desembolso detalladas a continuación.

Los tipos pagos en los productos de alimentación:

Servicio pre-pagado

Servicio post- pagado

Crédito

Crédito Corporativo

En la ciudad de El Carmen provincia de Manabí en el sector terciario que es representado por todos los empresarios, financieros, cooperados y organizaciones legalmente constituidas. Estas personas que ocupan estos puestos laborales se alimentan de forma habitual con productos de comida de los distintos comedores y restaurantes locales. Son 15.453 personas que necesitan el servicio de alimentación para cubrir sus necesidades alimentarias; estos consumidores buscan que las ofertas tengan un sinnúmero de posibilidades para degustar ya que tiene un puesto laboral bajo su responsabilidad y cuentan con muy poco tiempo para nutrirse sin desobligar sus compromisos con las empresas a la que

constituyen como colaboradores.

La población del sector terciario no está siendo satisfecha por los negocios de restaurantes formales y comidas ambulantes que existen; por tanto, la empresa de catering y banquetes muestra otra alternativa insertando la comida típica manabita gourmet para cubrir la antes mencionada demanda.

2.4.3. DEMANDA INSATISFECHA

La población actual insatisfecha la conforman las personas que necesitan este producto; sin embargo las empresas de restauración tratan de llegar cada vez a más consumidores; pero, se olvidan de realizar mejoramientos y estudiar otras opciones para brindar productos innovados al cliente.

2.5. MARKETING MIX

Este es un instrumento para conocer a fondo las características del negocio, y lograr la combinación del gusto de los clientes con la necesidad de adquirir los productos que oferta la empresa. Por medio de técnicas apropiadas se consigue fusionar la prestación del servicio y la venta del bien ofertado logrando influir direccionando los gustos del cliente.

Para lograr un avance positivo en las tareas previas a la puesta en marcha se necesita conocer todos los puntos a favor y en contra que sean útiles para desarrollar las actividades de forma adecuada que permita cumplir con los objetivos establecidos.

Para el presente estudio empresarial de la empresa de catering y banquetes es necesario considerar el análisis de la oferta del servicio y de los productos para comercializar eficazmente; debiendo conocer a fondo las particularidades de los mismos.

2.5.1. PRODUCTOS

Los platos a elaborarse se han considerado a partir del resultado de la interrogante de la encuesta aplicada a las personas del sector terciario de la ciudad de El Carmen, dando

prioridad a las preferencias de los consumidores.

También es importante señalar que la puntualidad en la entrega del servicio y los productos tiene relevancia dentro de las estrategias de mercadeo. Otro parámetro a considerar es la temperatura adecuada para mantener los productos en su estado normal, las reglas para realizar las pre-venta y el sondeo posterior a las ventas para verificar la satisfacción de los clientes y recibir sugerencias para mejorar el servicio y los productos. Esto compromete a la empresa a innovar la producción, partiendo de los gustos y las preferencias del cliente.

2.5.2. PRECIO

Los costos de la producción serán estipulados de acuerdo a los costos fijos y costos variables de cada producción. Estos costos se van a diferenciar de acuerdo a los elementos que caracterizan a cada producto elaborado.

2.5.3. PLAZA

Los productos elaborados que ofrece la empresa a los clientes son entregados a domicilio o al lugar donde se realice el evento o reunión, para entregar este producto personalizado se dispone de un espacio e instalaciones apropiado donde se ejecuta las operaciones productivas en la Ciudadela Santa Rosa diagonal a la escuela de conducción profesional a tres cuadras de la avenida 3 de Julio asegurando un producto de calidad.

2.5.4. PROMOCIÓN

La empresa difundirá la oferta de sus productos mediante la entrega de tarjetas de presentación a los gerentes y directivos de las empresas, a personas que laboran en el sector terciario de la ciudad de El Carmen, contactos personales, entrega de papeles volantes, espacios publicitarios en las radios propagandistas de la localidad. Además los primeros clientes se encargaran de difundir sus impresiones positivas de satisfacción con el producto y el servicio a través de comunicación boca – oreja que es otra forma de hacer propaganda efectiva.

Además se establecerá promociones en fechas marcadas en el calendario como fiestas universales como son navidad, año nuevo, día de la madre, día del padre, día del niño, día de la mujer y demás fechas que se consideren. Otra forma de promocionar al cliente descuentos por fidelidad y por los montos de encargos.

CAPÍTULO III: PROPUESTA

A partir de los resultados de las encuestas realizadas en el Capítulo II del presente proyecto es necesario darle una solución íntegra y axiomática dentro de este apartado.

3.1. ESTUDIO TÉCNICO

El fin de este proyecto es crear una empresa de catering y banquetes que se dedique a ofertar comidas típicas manabitas con el toque gourmet en la ciudad de El Carmen especialmente a las personas que pertenecen al sector terciario (empleados/empresarios) de esta ciudad para posteriormente ampliar el mercado a toda la región.

3.1.1. RECURSOS TÉCNICOS

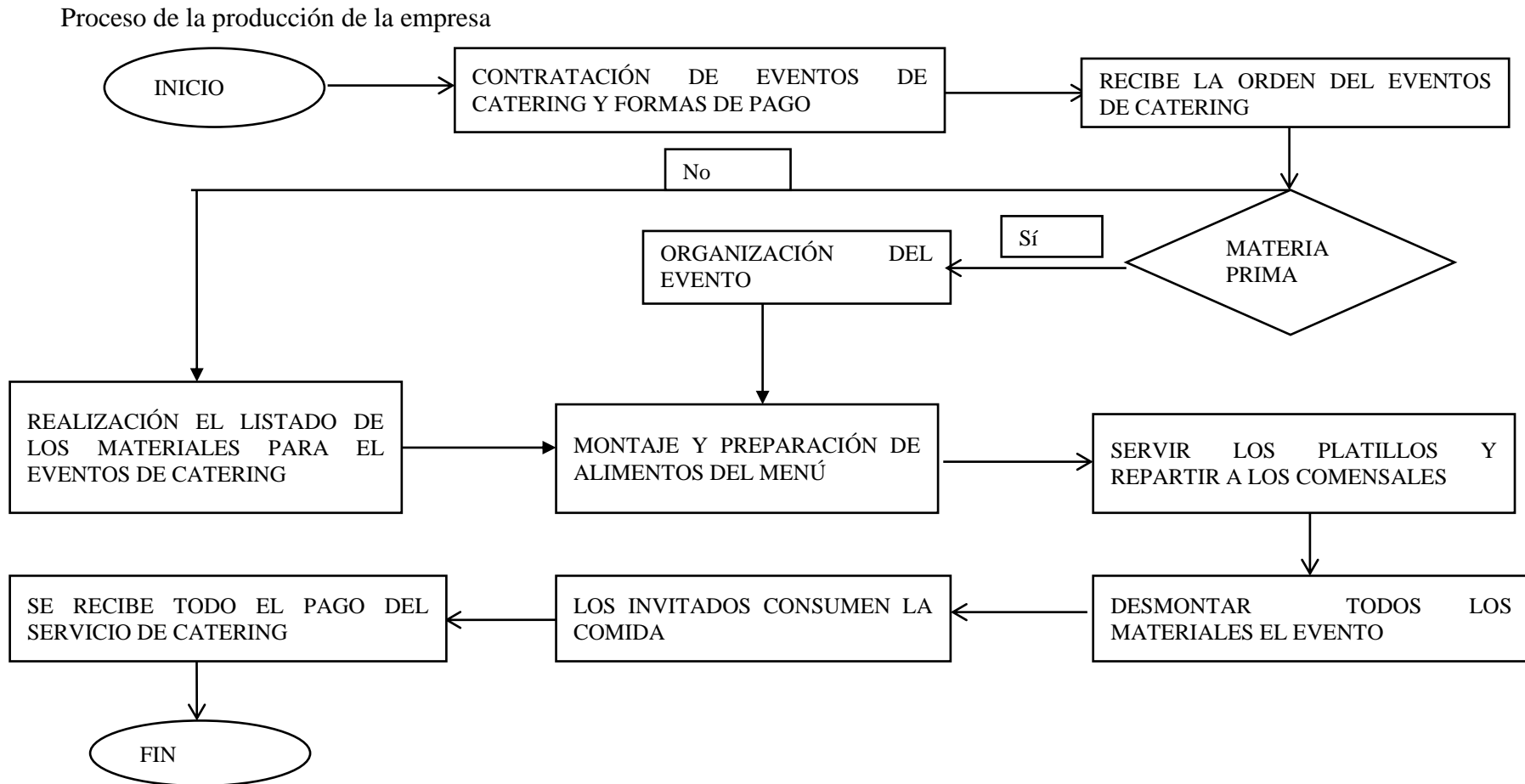


Figura 13. Diagrama de flujo del proceso de producción de la empresa

ELABORADO POR: Lisset Loor.

FUENTE: Investigación propia.

Compras

Se realizan de acuerdo al volumen del contrato, siendo indispensable adquirir productos de calidad y en buen estado, considerando que los productos perecibles no se pueden comprar para almacenarlos. Para realizar las compras se necesita llenar una orden de compra y enviarla al proveedor de la empresa.

La adquisición de los insumos, materiales y materia prima se realizan a través de procesos apropiados para mantener un ordenamiento y estructura de cuanto a lo que debe mantenerse en existencia, registro, respaldo contable y financiero.

Orden de compras: Este documento servirá de respaldo administrativo y como un instrumento para realizar las adquisiciones de los insumos, utensilios y materiales que son parte indispensable de cada evento de catering. En el mismo se detallan las condiciones, crédito, nombre de la empresa distribuidora como la persona o empresa que realiza la solicitud. Se entregará una copia al jefe del área de producción

Recepción

La recepción es un ciclo importante en donde el alimento llega y se procede a mirar en qué estado se encuentra, sus características como es la textura, color, olor. De igual manera en productos congelados observar la fecha de caducidad y rápidamente seguir con el almacenamiento respectivo. Para fines contables se debe archivar la factura de compra y realizar el registro respectivo en la tarjeta kardex.

Almacenamiento

Una vez recibido los alimentos en la cocina seguiremos con el almacenamiento de cada producto, para esto se debe tener en cuenta ciertas normativas y tratamientos que ayuden a su conservación. Es importante en tener una buena organización del espacio, saber en cualquier momento que nos hace falta. Se debe tener cuidado con la manipulación de los alimentos para no contaminarlos o dañarlos.

Inventario de materia prima: Este formulario permite actualizar los datos referentes a

los insumos y materia prima que tiene la empresa al final de un evento de catering, catalogándolo como este proceso será realizado de preferencia por el gerente, por cuanto no debe realizarlo el personal de cocina ni el contador. Este inventario servirá como inventario inicial para el siguiente evento, incluyendo las compras del mismo.

Kardex: Este formulario servirá a la empresa para controlar debidamente los productos, insumos y materiales que se adquiere para el funcionamiento de la misma. Este registro lo realiza la persona de área de producción y lo revisa el gerente constatando físicamente estas existencias.

Producción

En producción todos los alimentos son procesados y transformados en producto final, los cuales son encargados por el comensal. Para elaborarlos se necesita mucha higiene y cuidado, teniendo en cuenta las cantidades apropiadas de condimentos y aromas de los platillos, la temperatura de cocción, tecnificación de la decoración de acuerdo a los parámetros establecidos.

Receta estándar

Tabla 2. Receta Estándar

Nombre de la receta: Seco de gallina			Pax: 20	
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	C. UNITARIO	C. TOTAL
Pollo	kg	7,5	3,2	24
naranja	kg	0,15	2	0,3
Cebolla colorada	kg	0,4	0,8	0,32
tomate riñón	kg	0,25	1,2	0,30
pimiento	kg	0,25	1,5	0,375
cilantro	At	1	0,25	0,25
arroz	kg	2,27	1,1	2,50
aceite	L	0,25	1,5	0,38
lechuga	unidad	3	0,6	1,80
maduro	unidad	5	0,15	0,75
condimento	%	15		4,65
			total	35,61
			por porción	1,78
			costo potencial 35%	5,09

ELABORADO POR: Lisset Loor.

FUENTE: Investigación propia.

Venta

La venta es la entrega del producto del contrato que el comensal y dueño del evento haya estipulado con la empresa.

Factura: Este documento es un respaldo contable, sirve como evidencia de la transacción realizada, es utilizada posteriormente para realizar las declaraciones al Servicio de rentas internas.

Contiene el número de la factura, nombre del cliente, la fecha, datos personales; también se detalla la cantidad, el concepto, el precio unitario, precio total, descuentos si procede, IVA, el monto total, firmas de cliente y la empresa.

El servicio que se ofrecerá es de Catering es un servicio a domicilio, el cual se entrega por paquetes de itinerarios el cual contará:

a.- Paquete básico incluye:

Este servicio es básico tiene bajo la responsabilidad de la empresa solamente la disposición de:

- Un platillo con un tipo de carne
- Ensalada fría o caliente
- Postre
- Bebida
- Decoración del ambiente simple

b.- Paquete medio incluye:

Un servicio más completo con decoración de mejor calidad en la mesa central, mesas y sillas forradas; además la alimentación consta:

- Un platillo con dos tipos de carnes
- Ensalada fría y caliente

- Postre de frutas o repostería
- Bebidas

c.- Paquete Elite incluye:

Elite se enmarca en los clientes que buscan nuestro servicio completo tanto de decoración, montaje de mesas y sillas, monitoreo del evento desde el inicio hasta su fin, previniendo incidentes de servicios básicos arreglando oportunamente alguna avería, desplazamiento de personal para servir a los comensales, control.

- Consta de un platillo con tres tipos de carnes
- Ensalada fría y caliente
- Postre de frutas o repostería
- Bebidas

3.1.2. RECURSOS MATERIALES

Los materiales que forman parte del proceso elaboración de los productos que oferta la empresa y se tornan indispensables para el funcionamiento de la misma contienen las siguientes especificaciones.

Sillas y mesas

Es muy importante la utilización de sillas y mesas convenientes para la comodidad de los invitados o miembros de las reuniones de los eventos que la oferta contrata.

Sillas: se dispondrá de sillas Versalles que son muy cómodas y elegantes para este tipo de eventos.



Figura 14. Sillas Versalles

FUENTE: <http://mx .clasificados.com/renta-sillas-Versalles>

Mesas redondas: estas mesas van a ser utilizadas cuando el espacio sea reducido, además permite que los invitados se sientan acompañados con los demás que ocupan la mesa.



Figura 15. Mesa redonda/circular

FUENTE: <http://servifiestapalma.wordpress.com>

Mesas rectangulares: este tipo de mesas es conveniente cuando el evento se realiza en lugares espaciosos; además, da la oportunidad para distribuir a los invitados de acuerdo a la condición honorífica



Figura 16. Mesas rectangulares

FUENTE: <http://www.milideas.net/ideas>

Tabla 3. Maquinaria y equipo requerido

Maquinaria y equipo	
Detalle	Cantidad
Cocina industriales de 6 hornillas	1
Microondas	1
Refrigeradora	1
Olla a presión	1
Olla arrocera	1
Licuada industrial	1
Batidora de 4 lt	1
Congelador	1

ELABORADO POR: Lisset Loor.

FUENTE: Investigación propia.

Tabla 4. Vehículo requerido

VEHICULO	
DETALLE	Cantidad
Toyota Hilux	1

ELABORADO POR: Lisset Loor.

FUENTE: Investigación propia.

Tabla 5. Muebles y enseres requerido

Muebles y enseres	
Detalle	Cantidad
mesas	100
Sillas	100
sartenes grandes	5
sartenes medianos	4
sartenes pequeños	4
Ollas grandes	4
Ollas medianas	4
Ollas pequeñas	4
Samovares	8
Jarra para agua	8
salseros	8
fuentes rectangulares	4
mesa de trabajo	2

ELABORADO POR: Lisset Loor.

FUENTE: Investigación propia.

Tabla 6. Equipo de oficina requerido

Equipo de oficina	
Detalle	Cantidad
Escritorio	1
Sillas	3

ELABORADO POR: Lisset Loor.

FUENTE: Investigación propia.

Tabla 7. Equipo de cómputo

Equipo de computo	
Detalle	Cantidad
Computadora	1
Impresora	1

ELABORADO POR: Lisset Loor.

FUENTE: Investigación propia.

Tabla 8. Equipo de poca duración requerido

Equipo de poca duración	Cantidad
Detalle	
Vasos de cristal	100
copas de cristal para vino blanco	100
Copas de cristal para vino tinto	100
cuchillo de mesa	100
tenedor para pescado	100
tenedor para carne	100
cuchara	100
cuchara para postre	100
plato base	100
plato sopero	100
plato postre	100
Cuchareta arrocera	2
Cucharones de sopa	7
Cucharetas de acero	7
Tabla de madera	4
Cuchillo cebollero mediano	4
Cuchillo de cierra	3
Espátulas de goma	4
Espátulas de palo	6
Ralladores	2
Mangas pasteleras	4
Boquillas	10
peladores	2
Bowls grandes	8
Bowls medianos	8
Bowls pequeños	8
Batidores de mano	2
Tablas para picar	4
Rodillo	2
Puntilla	3
Litrero	3
Brocha	3
Set de cortador de mesa	1
colador chino grande	3
Colador chino mediano	2
Colador chino pequeño	4
Pinzas	3
Manteles	100
Cubremanteles	100
servilletas de tela	100
Forros para sillas	100
Afilador de cuchillo	1

ELABORADO POR: Lisset Loor.

FUENTE: Investigación propia.

3.1.3. RECURSOS HUMANO

La empresa de catering y Banquetes necesitará incorporar un personal calificado para las distintas áreas que se han proyectado en este estudio. El personal tiene que reunir las características para ocupar el puesto al que será designado para lograr un buen desempeño.

Listado del personal de la empresa de Catering y Banquetes:

- Gerente o administrador de la empresa

Área de producción

- Director de Producción
- Auxiliar de producción

Área de logística

- Director de logística
- Asistente de logística
- Chofer
- Meseros
- Chef
- Ujieres

Área de diseño de eventos, publicidad y comercial

- Jefe de diseño de evento publicidad y comercio
- Asistentes de decoración y montaje
- Asistente publicitario y servicio al cliente

3.2. ESTUDIO DE ADMINISTRACIÓN

3.2.1. VISIÓN, MISIÓN Y VALORES

- **Visión**

Catering y Banquetes será una empresa líder en producción de comida manabita gourmet para eventos alimentarios a domicilio, de la ciudad El Carmen, innovando y proporcionando calidad en sus productos para satisfacer a los clientes.

- **Misión**

Ser una empresa modelo de la cocina manabita gourmet en El Carmen y en toda la región, servir a los clientes de forma personalizada con cordialidad y dando un estilo de innovación en cada uno de los eventos en los próximos tiempos.

- **Valores**

Profesionalismo: todo el personal de la empresa debe mantener responsabilidad, dedicación, seriedad, integración en cada proceso productivo para sellar en su trabajo la misión empresarial.

Espíritu constructivo: realización de las labores con optimismo y positivismo dando fuerza a la cadena de valores, y actuando de buena fe dentro y fuera de la empresa “la sartén criolla”

Respeto a sí mismo y a los demás: este valor es primordial para la convivencia, la armonía y cordialidad entre compañeros de trabajo y la las buenas relaciones interpersonales en la empresa “la sartén criolla” en todos los niveles.

Lealtad: Este valor hace referencia al compromiso individual con la empresa, a la adhesión, identificación y confidencialidad que cada integrante de “la sartén Criolla” en todo momento.

3.2.2. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA

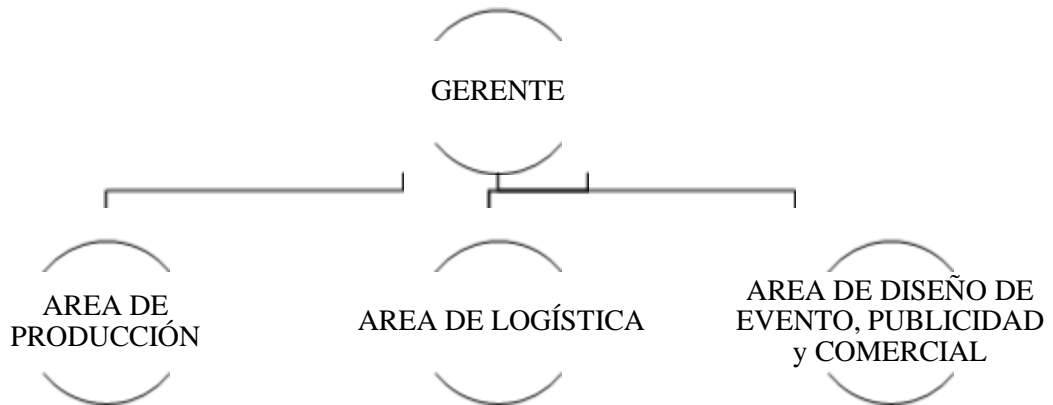


Figura 17. Organigrama estructural de la empresa

ELABORADO POR: Lisset Loor.

FUENTE: Investigación propia.

3.2.3. ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA

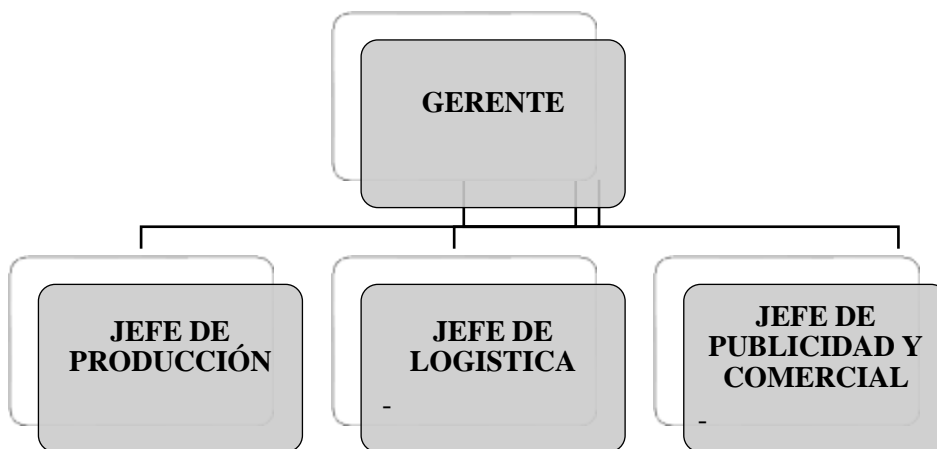


Figura 18. Organigrama funcional de la empresa

ELABORADO POR: Lisset Loor.

FUENTE: Investigación propia.

El organigrama funcional está estructurado por la Gerente de la empresa quien es la persona responsable ante los proveedores, empleados y los clientes del servicio de Catering y Banquetes.

Área de producción: Es responsabilidad de la gerencia de la empresa quien se encarga de establecer los menús y para organizar la compra, almacenaje, elaboración y entrega de los productos o eventos contratados, pedidos a los proveedores.

Área de logística: está bajo la responsabilidad de un personal especializado para realizar el montaje del servicio de catering, para realizar la contratación y dirección de personal definitivo y ocasional, cumple la planificación financiera, administrativa y operativa; controla la traspotación en los eventos contratados.

Área de diseño de eventos publicidad y propaganda: Está bajo la responsabilidad de la persona que legalmente representa a la empresa, se encarga de organizar todo lo referente a la formalidades con los clientes; además, dirige la distribución de mesas, mantelería, cristalería vajilla, cubiertos, horarios de realizar el servicio, meseros, ujieres, y otros; es decir todo lo referente al montaje y desmontaje del evento que ha de ser contratado. Es necesario reiterar que estos departamentos son responsabilidad de la gerencia, sin embargo, existirá personal especializado para realizar las diligencias concernientes al mismo.

Además esta área es el responsable de cuidar del cumplimiento de las normas medio ambiente amigable con la naturaleza. También tiene bajo su cargo la realización de las difusiones en los medios de comunicación, publicidades en carteles y realización de paquetes de descuentos en fechas u ocasiones exclusivas; también, se encarga del servicio al cliente tomando sugerencias e inquietudes a quienes solicitan nuestros productos.

3.2.4. PROFESIOGRAMA

CODIGO: SARC - EE 001

VERSIÓN: OO1

FECHA: 30 junio del 2016

Puesto de trabajo: GERENTE DE LA EMPRESA

Objetivo: Representar legal, responsable de toda la administración, producción, finanzas de la empresa.

Subordinados: Jefe de producción, jefe de logística y jefe de diseño de eventos propaganda y publicidad.

Funciones:

- Representar legalmente a la empresa.
- Planificar, organizar, dirigir y controlar la producción y venta de la empresa.
- Dar autorización para compras y ventas
- Controlar y calcular el presupuesto
- Controlar el uso de los activos de la empresa.
- Controlar la rentabilidad de la empresa.
- Coordinar con los jefes de cada área las actividades de cada puesto de la empresa.
- Cumplir y hacer cumplir las normas de los organismos reguladores
- Vigilar el cumplimiento de los procesos de la empresa
- Atender, dar seguimiento y soluciones a sugerencias, quejas de los clientes, proveedores o empleados.
- Controlar las horas laborales del personal de la empresa; cerciorarse que exista el personal necesario para el desarrollo de la producción y diseño de los eventos de catering.
- Evaluar el desempeño del personal de la empresa.
- Asistir y participar en capacitaciones y cursos con otras empresas de catering para conocer nuevas directrices.
- Estar pendiente de los cambios o exigencias del entorno que afecten a la estabilidad o crecimiento de la empresa, para tomar las correcciones pertinentes y crear un plan de mejora.

Perfil requerido:

Educación formal:

Título de tercer nivel en Ingeniería gastronómica, administración empresas, marketing, contabilidad, finanzas, gestión empresarial o carreras afines.

Experiencia laboral: 3 año mínimo en cargo similar

Conocimientos:

Computación: manejo de Microsoft office, internet. Formulario DIMM

Ingles intermedio

Otros conocimientos: Leyes y normas laborales, y demás reglamentos atribuibles al buen desempeño de la empresa.

Contabilidad de costos, contabilidad básica, administración de empresa, de recursos humanos, y finanzas.

Ubicación jerárquica: Nivel gerencial- administrativo

Número de personas en el cargo: Uno

- Capacidades: Liderazgo
- Emprendimiento
- Comunicación efectiva
- Negociación
- Orientación a resultados
- Creatividad
- Originalidad
- Buenas relaciones interpersonales
- Distribución al trabajo en equipo
- Pensamiento analítico y lógico
- Administración de conflictos
- Manejo de personal
- Capacidad para tomar decisiones

Puesto de trabajo: JEFE ÁREA DE PRODUCCIÓN

Objetivo: Manejar, controlar apropiadamente el área de producción de la empresa.

Subordinados:

Funciones:

- Supervisa todo el proceso de la producción
- Se comunica con los proveedores
- Regula el funcionamiento correcto de la producción
- Llenar el kardex de materia prima
- Revisa el desempeño del personal, maquinaria y equipos
- Da solución a los problemas que se presenten durante la producción
- Selección, cambio, o mejora el menú
- Identificación los costos de producción.
- Elabora los platillos asignados por los clientes
- Control de la calidad

Higiene y seguridad técnica

Perfil requerido:

Educación formal: Título de tercer nivel en Ingeniería en gastronomía, chef administración empresas o marketing, en contabilidad, finanzas, gestión empresarial o carreras afines

Experiencia laboral: 6 meses mínimo en cargo similar

Conocimientos:

Computación

Ingles básico

Otros conocimientos: Leyes y normas atribuibles a la empresa

Contabilidad de costos, básica, administración de empresa, de recursos humanos, y finanzas.

Ubicación jerárquica: Nivel operativo

Número de personas en el cargo: Uno

Capacidades:

- Liderazgo
- Iniciativa
- Autocontrol
- Comunicativo
- Creatividad
- Puntualidad
- Buenas relaciones interpersonales

Puesto de trabajo: JEFE ÁREA DE LOGÍSTICA

Objetivo Dirigir, controlar, planificar y organizar las operaciones de la optimizando los recursos financieros, coordinando la cadena de oferta que mantiene la empresa y atendiendo los negocios y buena relación con los proveedores de La materia prima y dirección y control en la demanda de los clientes.

Subordinados: Personal de producción, de diseño de eventos, propaganda y publicidad.

Funciones:

- Despliega apropiadamente las operaciones de la empresa.
- Supervisa el personal a su cargo.
- Controla la operatividad de compra de la materia prima

- Controla la producción y venta de la comida.
- Fomenta la optimización de la materia prima.
- Coordina las áreas de producción, diseño de eventos y publicidad.
- Gestiona y promueve la relación con los proveedores y clientes.
- Distribuye y coordina las entregas de los productos.
- Garantiza la provisión de materia prima cuando la empresa lo requiera.
- Gestiona y monitorea el empleo del vehículo, equipos y materiales de trabajo.
- Supervisa que se cumpla con los documentos legales.
- Supervisa y asegura la legalidad de las operaciones.

Prepara informes mensuales de actividades.

Perfil requerido:

Educación formal: Título de tercer nivel de ingeniería en logística y operaciones, logística empresarial, gestión empresarial, marketing o carreras afines.

Experiencia Laboral: 3 años de experiencia en cargos similares.

Conocimientos:

Idioma Inglés: Intermedio.

Programas informáticos: Paquete de Microsoft Office, correo electrónico, internet

Licencia de conducir: Tipo A.

Otros conocimientos: Leyes normas y reglamentos comerciales, leyes y reglamentos de transportes, normas seguridad y cuidado ambiental, cadena de producción y venta, gestión de producción.

Ubicación jerárquica: Nivel administrativo - operativo

Número de personas en el cargo: Uno

Capacidades:

- Liderazgo
- Espíritu de iniciativa
- Negociación
- Orientación a resultados
- Asertividad
- Buenas relaciones interpersonales
- Orientación a la empresa como fuente de ingresos.
- Orientación al trabajo en equipo
- Flexibilidad a los horarios
- Capacidad para tomar decisiones
- Administración de conflictos

Puesto de trabajo: JEFE ÁREA DE DISEÑO DE EVENTOS PUBLICIDAD Y PROPAGANDA

Objetivo Diseñar, planificar, coordinar actividades de montaje, publicidad propaganda, promociones, mercadeo de “la sartén criolla”

Subordinados: Ninguna; comunicación en todas las áreas de forma permanente

Funciones:

- Recibe sugerencias y quejas de los clientes
- Relaciona a la empresa con los clientes
- Supervisa la competencia directa de la empresa
- Realiza actividades innovadoras de cada producto eventos que oferta la empresa
- Diseña y gestiona las promociones que brindará la empresa
- Diseña coordina y controlar un plan de mercadeo.
- Promover la marca y eslogan comercial
- Mantiene informado al cliente de los precios y promociones.

- Porcentualiza las ventas mensuales
- Gestiona y controla el montaje de los eventos
- Informa a todas las áreas de las actividades internas y externas

Perfil requerido:

Educación formal: Título de tercer nivel de Licenciado (a) en, diseño gráfico, marketing y publicidad, publicidad y mercadeo o carreras afines.

Experiencia Laboral: 1 año de experiencia en cargos similares.

Conocimientos:

Idioma Inglés: Intermedio.

Programas informáticos: paquetes utilitarios de Microsoft Office, correo electrónico, internet

Licencia de conducir: Tipo A.

Otros conocimientos: Leyes, normas y reglamentos publicitarios comerciales, normas seguridad y cuidado ambiental, cadena de producción y venta, gestión de producción.

Gestión de mercadeo.

Ubicación jerárquica: Nivel administrativo - operativo

Número de personas en el cargo: Uno

Capacidades:

- Proactivo
- Espíritu de iniciativa
- Negociación
- Creatividad para diseñar

- Buenas relaciones interpersonales
- Orientación a la empresa como fuente de ingresos.
- Orientación al trabajo en equipo
- Disponibilidad de tiempo
- Motivación al personal de la empresa

3.3. ESTUDIO LEGAL

Este apartado describe los requisitos para realizar los trámites de legalización de la empresa de catering y banquetes especializados en comidas típicas manabitas en la ciudad de El Carmen

- Requisitos para legalizar RUC en el Servicio de Rentas Internas:
- Requisitos para obtener Patente municipal
- Requisitos para obtener certificado de cuerpo de bomberos
- Requisitos para Obtener Permiso de Funcionamiento del ministerio de salud Pública
- Licencia única anual de funcionamiento del Ministerio de Turismo

3.4. ESTUDIO DE MARKETING

La empresa torna sus actividades en la producción, diseño de eventos de catering, propaganda y publicidad para definir sus particularidades.

a.- Nombre y Logotipo



Figura 19. Logotipo y razón social de la empresa de catering y banquetes

ELABORADO POR: Lisset Loor.

FUENTE: Investigación propia.

b.- Colores corporativos

Color rojo: Las letras color rojo representan la fortaleza de la microempresa gastronómica en el país, la lucha constante por conseguir la prosperidad basada en el entusiasmo con que se efectúan las faenas culinarias.

Color amarillo: El sartén de color amarillo representa el optimismo esculpido en la cocina por los profesionales en alimentación; además significa la creatividad que se refleja de forma brillante en la combinación de sabores y olores representativos de una cultura que permanece joven ante el paso del tiempo.

Color verde: Las letras de color verde en la empresa representan la fertilidad del negocio a través del emprendimiento; también significa la prolongación de sabores agradables en el paladar de las personas combinando lo natural y agradable de la comida manabita.

c.- Nombre de la empresa: Representa que las mejores formas de mostrar la cultura de un pueblo es la cocina, para internacionalizar las costumbres de nuestros antepasados realizando labores culinarias. El utensilio como es el sartén es imprescindible en la elaboración de alimentos manabitas.

d.- Publicidad (propaganda): La empresa difundirá la oferta de sus productos mediante la entrega de tarjetas de presentación a los gerentes y directivos de las empresas, a personas que laboran en el sector terciario de la ciudad de El Carmen, contactos personales, entrega de papeles volantes, espacios publicitarios en las radios difusoras de la localidad. Además los primeros clientes se encargaran de difundir sus impresiones positivas de satisfacción con el producto y el servicio a través de comunicación boca – oreja que es otra forma de hacer propaganda efectiva.

e.- Promoción

Se establecerá promociones en fechas marcadas en el calendario como fiestas universales como son navidad, año nuevo, día de la madre, día del padre, día del niño, día de la mujer y demás fechas que se consideren. Otra forma de promocionar al cliente es por su fidelidad con descuentos y por los montos de encargos.

f.- Horarios de atención al cliente

Los eventos serán dispuestos en los horarios que el cliente lo solicite, y el contrato del evento se formalizará con 72 horas de anticipación, se atenderá:

De Martes a Sábado

8:00 AM - 12:00 PM

1:00 PM - 5:00 PM

3.5. ESTUDIO FINANCIERO

Para la creación de esta empresa es primordial este estudio financiero por cuanto es el eje para realizar todas las gestiones financieras de la empresa, se conseguirá invertir en los eventos para luego recuperar la inversión y obtener utilidades a través del servicio.

3.5.1. INGRESOS DIRECTOS

Este rubro se origina por la venta directa a los clientes del producto que la empresa elabora, y se lo denomina directo por ser objeto de la venta efectiva del producto, donde la empresa entrega el producto y recibe el pago sin terceros y a corto plazo.

Tabla 9. Ingresos directos

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Personas	2225	2272	2320	2368	2407
Precio promedio	\$ 36,29	\$ 36,88	\$ 37,48	\$ 38,10	\$ 38,72
Total	\$ 80.757,38	\$ 83.797,27	\$ 86.951,59	\$ 90.224,65	\$ 93.189,95

ELABORADO POR: Lisset Loor.

FUENTE: Investigación propia.

3.5.2. COSTOS DIRECTOS

Este rubro incluye los recursos con los que se ha elaborado el producto para poderlo venderlo. En la empresa se maneja una descripción adecuada de los costos para determinar cuánto ha costado elaborarlo.

Tabla 10. Costos directos

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
personas	2225	2272	2320	2368	2418
costo promedio	\$ 12,70	\$ 12,91	\$ 13,12	\$ 13,33	\$ 13,55
total	\$ 28.265,08	\$ 29.329,05	\$ 30.433,06	\$ 31.578,63	\$ 32.767,32

ELABORADO POR: Lisset Loor.

FUENTE: Investigación propia.

3.5.3. INVERSIONES TOTAL DE ACTIVOS Y CAPITAL

La empresa ha dispuesto sus recursos para invertirlos de acuerdo a los requerimientos antes del arranque del negocio, tomando en cuenta sus activos tangibles e intangibles y el capital necesario para elaborar los platillos.

Tabla 11. Inversión total de activos y Capital

Inversiones	
Activos fijos tangibles	\$ 44.130,10
Activos fijos intangibles	\$ 51,00
Capital de trabajo	\$ 5.436,66
Total	\$ 49.617,76

ELABORADO POR: Lisset Loor.

FUENTE: Investigación propia.

Tabla 12. Activo Fijo tangible

Activos Fijos Tangibles	
Maquinaria y equipo	\$ 7.128,58
Vehículo	\$ 24.480,00
Muebles y enseres	\$ 6.580,02
Equipo de oficina	\$ 377,40
Equipo de computo	\$ 499,80
Equipo de poca duración	\$ 5.064,30
Total	\$ 44.130,10

ELABORADO POR: Lisset Loor.

FUENTE: Investigación propia.

Tabla 13. Activo Fijo intangible

Activos Fijos Intangibles	
Permisos	\$ 51,00
Total	\$ 51,00

ELABORADO POR: Lisset Loor.

FUENTE: Investigación propia.

3.5.3.1. Maquinaria y Equipo

Este rubro lo componen todos los suministros, equipos, máquinas de los que se dispone esencialmente para la elaboración de alimentos.

Tabla 14. Maquinaria y Equipo

Maquinaria y equipo			
Detalle	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Cocina industriales de 6 hornillas	1	\$ 800,00	\$ 800,00
Microondas	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Refrigeradora	1	\$ 700,00	\$ 700,00
Olla a presión	1	\$ 90,00	\$ 90,00
Olla arrocera	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Licuada industrial	1	\$ 160,00	\$ 160,00
Batidora de 4 lt	1	\$ 529,00	\$ 529,00
Congelador	1	\$ 700,00	\$ 700,00
Subtotal			\$ 3.529,00
Imprevistos 2%			\$ 70,58
Total			\$ 7.128,58

ELABORADO POR: Lisset Loor.

FUENTE: Investigación propia.

3.5.3.2. Vehículo

Este activo es requerido para la transportación del personal, los productos, los materiales que forman parte del servicio de catering a domicilio; también, es soporte para realizar las diligencias que la parte administrativa de la empresa lo precise.

Tabla 15. Vehículo

Vehículo			
Detalle	CANTIDAD	V. Unitario	V. Total
Toyota Hilux	1	\$ 24.000,00	\$ 24.000,00
Subtotal			\$ 24.000,00
Imprevistos 2%			\$ 480,00
Total			\$ 24.480,00

ELABORADO POR: Lisset Loor.

FUENTE: Investigación propia.

3.5.3.3. Muebles y Enseres

Esta cuenta será destinada controlar las mesas, sillas de la empresa utilizadas en cada evento y también en las labores de preparación de la comida.

Tabla 16. Muebles y enseres

Muebles y enseres			
Detalle	Cantidad	V. Unitario	V. Total
mesas	100	\$ 35,00	\$ 3.500,00
Sillas	100	\$ 7,00	\$ 700,00
sartenes grandes	5	\$ 35,00	\$ 175,00
sartenes medianos	4	\$ 25,00	\$ 100,00
sartenes pequeños	4	\$ 20,00	\$ 80,00
Ollas grandes	4	\$ 55,00	\$ 220,00
Ollas medianas	4	\$ 40,00	\$ 160,00
Ollas pequeñas	4	\$ 25,00	\$ 100,00
Samovares	8	\$ 105,00	\$ 840,00
Jarra para agua	8	\$ 3,50	\$ 28,00
salseros	8	\$ 4,00	\$ 32,00
fuentes rectangulares	4	\$ 4,00	\$ 16,00
mesa de trabajo	2	\$ 250,00	\$ 500,00
			\$ 0,00
			\$ 0,00
Subtotal			\$ 6.451,00
Imprevistos 2%			\$ 129,02
Total			\$ 6.580,02

ELABORADO POR: Lisset Loor.

FUENTE: Investigación propia.

3.5.3.4. Equipo de Oficina

Esta cuenta se refiere a los equipos de cómputo que tiene la empresa para digitalización de documentos y sistematización de todas sus operaciones dentro de las actividades del negocio; se tomará en cuenta que estos disponen de una vida útil limitada, por la complejidad de su avance tecnológico que lo componen.

Tabla 17. Equipo de oficina

Equipo de oficina			
Detalle	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Escritorio	1	\$ 220,00	\$ 220,00
Sillas	3	\$ 50,00	\$ 150,00
Subtotal			\$ 370,00
Imprevistos 2%			\$ 7,40
Total			\$ 377,40

ELABORADO POR: Lisset Loor.

FUENTE: Investigación propia.

3.5.3.5. Equipo de cómputo

Esta cuenta sirve para ver tipo de tecnología tiene la empresa.

Tabla 18. Equipo de cómputo

Equipo de computo			
Detalle	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Computadora	1	\$ 400,00	\$ 400,00
Impresora	1	\$ 90,00	\$ 90,00
Subtotal			\$ 490,00
Imprevisto 2%			\$ 9,80
Total			\$ 499,80

ELABORADO POR: Lisset Loor.

FUENTE: Investigación propia.

3.5.3.6. Equipo de poca duración

Existe esta cuenta para el control de todos los utensilios que la empresa tiene pero que necesitan de un cuidado especial ´por la fragilidad de los mismos, por ello de acuerdo a sus características se los ha clasificado como de poca duración porque puede suceder accidentes que ocasionen su ruptura.

Tabla 19. Equipo de poca duración

Equipo de poca duración			
Detalle	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Vasos de cristal	100	\$ 0,70	\$ 70,00
copas de cristal para vino blanco	100	\$ 1,00	\$ 100,00
Copas de cristal para vino tinto	100	\$ 1,00	\$ 100,00
cuchillo de mesa	100	\$ 0,20	\$ 20,00
tenedor para pescado	100	\$ 1,00	\$ 100,00
tenedor para carne	100	\$ 1,00	\$ 100,00
cuchara	100	\$ 2,00	\$ 200,00
cuchara para postre	100	\$ 0,50	\$ 50,00
plato base	100	\$ 3,00	\$ 300,00
plato sopero	100	\$ 1,00	\$ 100,00
plato postre	100	\$ 0,80	\$ 80,00
Cuchareta arrocera	2	\$ 5,50	\$ 11,00
Cucharones de sopa	7	\$ 3,00	\$ 21,00
Cucharetas de acero	7	\$ 4,00	\$ 28,00
Tabla de madera	4	\$ 10,00	\$ 40,00
Cuchillo cebollero mediano	4	\$ 7,00	\$ 28,00
Cuchillo de cierra	3	\$ 4,50	\$ 13,50
Espátulas de goma	4	\$ 5,00	\$ 20,00
Espátulas de palo	6	\$ 2,00	\$ 12,00
Ralladores	2	\$ 6,00	\$ 12,00
Mangas pasteleras	4	\$ 8,00	\$ 32,00
Boquillas	10	\$ 1,00	\$ 10,00
peladores	2	\$ 2,00	\$ 4,00
Bowls grandes	8	\$ 12,00	\$ 96,00
Bowls medianos	8	\$ 9,00	\$ 72,00
Bowls pequeños	8	\$ 4,00	\$ 32,00
Batidores de mano	2	\$ 10,00	\$ 20,00
Tablas para picar	4	\$ 16,00	\$ 64,00
Rodillo	2	\$ 3,00	\$ 6,00
Puntilla	3	\$ 6,00	\$ 18,00
Litrero	3	\$ 2,00	\$ 6,00
Brocha	3	\$ 3,00	\$ 9,00
Set de cortador de mesa	1	\$ 25,00	\$ 25,00
colador chino grande	3	\$ 20,00	\$ 60,00
Colador chino mediano	2	\$ 15,00	\$ 30,00
Colador chino pequeño	4	\$ 4,50	\$ 18,00
Pinzas	3	\$ 2,50	\$ 7,50
Manteles	100	\$ 25,00	\$ 2.500,00
Cubremanteles	100	\$ 2,50	\$ 250,00
servilletas de tela	100	\$ 1,25	\$ 125,00
Forros para sillas	100	\$ 1,50	\$ 150,00
Afilar de cuchillo	1	\$ 25,00	\$ 25,00
Subtotal			\$ 4.965,00
Imprevisto 2%			\$ 99,30
Total			\$ 5.064,30

ELABORADO POR: Lisset Loor.

FUENTE: Investigación propia.

3.5.3.7. Permisos

Se realiza la inversión, en los permisos necesarios e imprescindibles para arrancar el negocio de forma legal, haciendo las diligencias para formalizar el funcionamiento de la empresa.

Tabla 20. Permisos

Permisos			
Detalle	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Patente	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Subtotal			\$ 50,00
Imprevisto 2%			\$ 1,00
Total			\$ 51,00

ELABORADO POR: Lisset Loor.

FUENTE: Investigación propia.

3.5.4. CAPITAL DE TRABAJO

Esta cuenta representa los recursos o el efectivo que la empresa requiere con el fin de realizar su actividad productiva y comercial; además sirve para llevar un control correcto de la inversión o aporte personal.

Tabla 21. Capital de trabajo

Capital de trabajo	
Detalle	Valor Mensual
materia prima	\$ 2.355,42
Insumos	\$ 550,80
Mano de obra directa	\$ 1.168,26
gastos administrativos	\$ 1.168,26
gastos generales	\$ 70,38
mantenimiento y reparación	\$ 123,55
Total	\$ 5.436,66

ELABORADO POR: Lisset Loor.

FUENTE: Investigación propia.

3.5.4.1. Insumos

Los insumos son requeridos como parte de la elaboración de los alimentos, pero no se puede determinar cuánto se consume en la producción; por tanto estos pierden sus propiedades para integrar el nuevo producto.

Tabla 22. Insumos

Insumos				
Detalle	Cantidad	V. Unitario	V. Total	
gas		\$ 1,00	\$ 120,00	\$ 120,00
electricidad		\$ 1,00	\$ 60,00	\$ 60,00
Subtotal				\$ 180,00
Imprevisto 2%				\$ 3,60
Total				\$ 183,60

ELABORADO POR: Lisset Loor.

FUENTE: Investigación propia.

3.5.4.2. Mano de obra

Es una cuenta que sirve para costear el trabajo realizado por personas en la elaboración de los alimentos. Guarda estrecha relación con el producto elaborado; por qué, es establecido dentro de la empresa como el esfuerzo intelectual y físico que una persona hace para transformar la materia prima en alimentos.

Tabla 23. Mano de obra

Mano de obra directa					
Detalle	Cantidad	V. Mensual	V. Anual + Decimos	IESS	V. Total
Chef	1	\$ 500,00	\$ 6.866,00	\$ 729,00	\$ 7.595,00
Jefe de diseño de eventos publicidad y comercio	1	\$ 400,00	\$ 5.566,00	\$ 583,20	\$ 6.149,20
Subtotal			\$ 12.432,00	\$ 1.312,20	\$ 13.744,20
Imprevisto 2%			\$ 248,64	\$ 26,24	\$ 274,88
Total			\$ 12.680,64	\$ 1.338,44	\$ 14.019,08

ELABORADO POR: Lisset Loor.

FUENTE: Investigación propia.

3.5.4.3. Gastos Administrativo

Los gastos administrativos de la empresa son obviamente ocasionados por las del gerente, de jefe de publicidad, de logística; y otros gastos que son incluidos en esta cuenta.

Tabla 24. Gastos administrativos

Gastos Administrativo					
Detalle	Cantidad	V. Mensual	V. Anual + Decimos	IESS	V. Total
Administrador	1	\$ 500,00	\$ 6.866,00	\$ 729,00	\$ 7.595,00
jefe de logística	1	\$ 400,00	\$ 5.566,00	\$ 583,20	\$ 6.149,20
Subtotal			\$ 12.432,00	\$ 1.312,20	\$ 13.744,20
Imprevisto 2%			\$ 248,64	\$ 26,24	\$ 274,88
Total			\$ 12.680,64	\$ 1.338,44	\$ 14.019,08

ELABORADO POR: Lisset Loor.

FUENTE: Investigación propia.

3.5.4.4. Gastos Generales

Los gastos generales son todo lo que tiene que ver con respecto con lo que utiliza en la empresa como el internet, hojas de papel, teléfono.

Tabla 25. Gastos generales

Gastos generales administrativo				
Detalle	Cantidad	V. Unitario	V. Mensual	V. Anual
Acceso a internet	1	\$ 23,00	\$ 23,00	\$ 276,00
Paquete de hojas bond	1	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 240,00
Agua	1	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 96,00
Teléfono	1	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 216,00
Subtotal			\$ 69,00	\$ 828,00
Imprevisto 2%			\$ 1,38	\$ 16,56
Total			\$ 70,38	\$ 844,56

ELABORADO POR: Lisset Loor.

FUENTE: Investigación propia.

3.5.4.5. Mantenimiento y reparación

Los activos de la empresa durante el uso por las actividades operativas sufren desgastes o deterioros por lo cual existe esta cuenta que contiene todos los valores ocasionados por realización de mantenimientos y reparaciones.

Tabla 26. Mantenimiento y reparación

Mantenimiento y reparación					
Detalle	Valor	%	V. Mensual	V. Anual	
Maquinaria y equipo	7128,58	3%	\$ 17,82	\$ 213,86	
Vehículo	24480	4%	\$ 81,60	\$ 979,20	
Muebles y enceres	6580,02	2%	\$ 10,97	\$ 131,60	
Equipo de oficina	377,4	2%	\$ 0,63	\$ 7,55	
Equipo de computo	499,8	4%	\$ 1,67	\$ 19,99	
Equipo de poca duración	5064,3	2%	\$ 8,44	\$ 101,29	
Subtotal			\$ 121,12	\$ 1.453,48	
Imprevisto 2%			\$ 2,42	\$ 29,07	
Total			\$ 123,55	\$ 1.482,55	

ELABORADO POR: Lisset Loor.

FUENTE: Investigación propia.

3.5.5. CUADRO DE FUENTES Y USOS

Lo que indica este apartado es saber de dónde vienen las fuentes de recursos y valorar cual es el resultado. Las fuentes de recursos pueden disminuir los activos como aumentar los pasivos. También se mide comparando los resultados de dos periodos consecutivos.

Tabla 27. Cuadro de fuentes y usos

Cuadro de Fuentes y Usos						
Detalle	Valor	Recursos Propios		Recursos Ajenos		
		%	Valor	%	Valor	
Maquinaria y equipo	\$ 7.128,58	1	\$ 7.128,58	0	\$ 0,00	
Vehículo	\$ 24.480,00		\$ 0,00	1	\$ 24.480,00	
Muebles y enceres	\$ 6.580,02	1	\$ 6.580,02	0	\$ 0,00	
Equipo de oficina	\$ 377,40	1	\$ 377,40	0	\$ 0,00	
Equipo de computo	\$ 499,80	1	\$ 499,80	0	\$ 0,00	
Equipo de poca duración	\$ 5.064,30	1	\$ 5.064,30	0	\$ 0,00	
Permiso	\$ 51,00	1	\$ 51,00	0	\$ 0,00	
materia prima	\$ 2.355,42	1	\$ 2.355,42	0	\$ 0,00	
insumos	\$ 550,80	1	\$ 550,80	0	\$ 0,00	
Mano de obra	\$ 1.168,26	1	\$ 1.168,26	0	\$ 0,00	
Gastos Administrativos	\$ 1.168,26	1	\$ 1.168,26	0	\$ 0,00	
Gastos Generales	\$ 70,38	1	\$ 70,38			
Mantenimiento y reparación	\$ 123,55	1	\$ 123,55	0	\$ 0,00	
Total	\$ 49.617,76	0,51	\$ 25.137,76	0,49	\$ 24.480,00	

ELABORADO POR: Lisset Loor.

FUENTE: Investigación propia.

3.5.6. DEPRECIACIONES

En las depreciaciones se toman en cuenta las maquinarias y equipos que reducen su valor a medida que pasan los años hasta el tiempo de vida útil asignado para estos, por el desgaste debido al uso y por estar obsoletos.

Tabla 28. Depreciaciones

Depreciaciones			
Detalle	Valor	Porcentaje	Valor
Maquinaria y equipo	\$ 7.128,58	10%	\$ 712,86
Vehículo	\$ 24.480,00	5%	\$ 1.224,00
Muebles y enseres	\$ 6.580,02	10%	\$ 658,00
Equipo de oficina	\$ 377,40	5%	\$ 18,87
Equipo de computo	\$ 499,80	3%	\$ 14,99
Equipo de poca duración	\$ 5.064,30	2%	\$ 101,29

ELABORADO POR: Lisset Loor.

FUENTE: Investigación propia.

3.5.7. BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL

Contiene todas las cuentas de activos que son propiedad de la empresa, los pasivos son obligaciones que ha contraído la empresa para realizar sus actividades y el patrimonio que contiene la aportación o el valor con que la empresa se inicia.

Tabla 29. Balance de Situación Inicial

1. ACTIVO		2. PASIVOS	
1.1 ACTIVOS CORRIENTES		2.1. PASIVO CORRIENTE	
1.1.1. Caja	\$ 621,18	2.1.1. Cuentas por Pagar	-
1.1.2. Banco	\$ 2.460,06	2.1.2. IESS por Pagar	
1.1.3. Cuentas por Cobrar		TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$ 0,00
1.1.6. Préstamos a Empleados		2.2. PASIVO NO CORRIENTE	
1.1.7. Inventario de Suministros y Materiales	\$ 2.355,42	2.2.1. Préstamo Bancario	\$ 24.480,00
TOTAL DE ACTIVOS CORRIENTES	\$ 5.436,66	TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	\$ 24.480,00
1.2 ACTIVOS FIJOS		3. PATRIMONIO	
1.2.1. Maquinarias y Equipos	\$ 7.128,58	3.1 CAPITAL	
1.2.2. (-) Depreciación Acumulada Maquinarias y Equipos		3.1.1. Capital	\$ 25.137,76
1.2.3. Vehículo	\$ 24.480,00		
1.2.4. (-) Depreciación Acumulada Vehículo			
1.2.5. Muebles y Enseres	\$ 6.580,02		
1.2.6 (-) Depreciación Acumulada Muebles y Enseres			
1.2.7. Equipo de computación	\$ 499,80		
1.2.8. (-) Depreciación Acumulada Equipo de computación			
1.2.9. Equipo de oficina	\$ 377,40		
1.2.10. (-) Depreciación Acumulada Equipo de oficina			
1.2.11. Equipo de poca duración	\$ 5.064,30		
1.2.12. (-) Depreciación Acumulada Equipo de poca duración			
1.3 ACTIVOS INTANGIBLES		TOTAL PATRIMONIO	\$ 25.137,76
1.3.1 Permiso	\$ 51,00		
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS	\$ 44.181,10	TOTAL PASIVO + CAPITAL	\$ 49.617,76
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 49.617,76		

ELABORADO POR: Lisset Loor.

FUENTE: Investigación propia.

3.5.8. ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO

En esta tabla se refleja un supuesto de los resultados del ejercicio económico para determinar cuándo hay de ingresos, gastos, si existe ganancia o pérdida dentro de un periodo contable determinado-

Tabla 30. Estado de Resultados Proyectado

	1	2	3	4	5
INGRESOS					
VENTAS	\$ 80.757,38	\$ 83.797,27	\$ 86.951,59	\$ 90.224,65	\$ 93.189,95
(-) COSTOS DE VENTAS	\$ 28.265,08	\$ 29.329,05	\$ 30.433,06	\$ 31.578,63	\$ 32.767,32
MARGEN BRUTO	\$ 52.492,30	\$ 54.468,23	\$ 56.518,54	\$ 58.646,02	\$ 60.422,63
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 28.882,73	\$ 29.353,52	\$ 29.831,98	\$ 30.318,24	\$ 30.812,43
DEPRECIACIÓN	\$ 9.041,09	\$ 9.041,09	\$ 6.508,94	\$ 8.874,49	\$ 8.874,49
GASTOS DE VENTAS	\$ 250,00	\$ 254,08	\$ 258,22	\$ 262,43	\$ 266,70
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 14.318,48	\$ 15.819,54	\$ 19.919,40	\$ 19.190,87	\$ 20.469,01
GASTOS FINANCIEROS	\$ 3.438,35	\$ 2.245,22	\$ 845,73		
UTILIDAD ANTES PARTIC. TRABAJADOR	\$ 10.880,13	\$ 13.574,32	\$ 19.073,67	\$ 19.190,87	\$ 20.469,01
(-) 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	\$ 1.632,02	\$ 2.036,15	\$ 2.861,05	\$ 2.878,63	\$ 3.070,35
UTILIDAD ANTES IMPUESTOS	\$ 9.248,11	\$ 11.538,17	\$ 16.212,62	\$ 16.312,24	\$ 17.398,66
(-) 25% IMPUESTO RENTA	\$ 2.312,03	\$ 2.884,54	\$ 4.053,16	\$ 4.078,06	\$ 4.349,66
UTILIDAD NETA	\$ 6.936,08	\$ 8.653,63	\$ 12.159,47	\$ 12.234,18	\$ 13.048,99

ELABORADO POR: Lisset Loor.

FUENTE: Investigación propia.

3.5.9. FLUJO DE CAJA

En la empresa el flujo de caja refleja cuánto dinero existe en efectivo al término de cada periodo contable. Cuáles son los ingresos y los egresos para definir un saldo positivo o negativo de las cuentas.

Tabla 31. Flujo de caja

PERIODO		1	2	3	4	5
Saldo Inicial			\$ 14.318,48	\$ 25.368,78	\$ 26.944,77	\$ 28.590,21
INGRESOS OPERATIVOS						
VENTAS		\$ 80.757,38	\$ 83.797,27	\$ 86.951,59	\$ 90.224,65	\$ 93.189,95
(-) COSTOS DE VENTAS		\$ 28.265,08	\$ 29.329,05	\$ 30.433,06	\$ 31.578,63	\$ 32.767,32
TOTAL DE VENTAS NETAS		\$ 52.492,30	\$ 54.468,23	\$ 56.518,54	\$ 58.646,02	\$ 60.422,63
EGRESOS OPERATIVOS						
GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 28.882,73	\$ 29.353,52	\$ 29.831,98	\$ 30.318,24	\$ 30.812,43
GASTOS DEPRECIACION		\$ 9.041,09	\$ 9.041,09	\$ 6.508,94	\$ 8.874,49	\$ 8.874,49
GASTOS DE VENTAS		\$ 250,00	\$ 254,08	\$ 258,22	\$ 262,43	\$ 266,70
TOTAL DE EGRESOS		\$ 38.173,82	\$ 29.099,44	\$ 29.573,76	\$ 30.055,81	\$ 30.545,72
FLUJO OPERATIVO		\$ 14.318,48	\$ 25.368,78	\$ 26.944,77	\$ 28.590,21	\$ 29.876,90
GASTOS FINANCIEROS	\$ 24.480,00	\$ 3.438,35	\$ 2.245,22	\$ 845,73	\$ 0,00	\$ 0,00
VALOR RESIDUAL			\$ 2.532,15	\$ 166,60		\$ 7.503,63
AMORTIZACIONES		\$ 6.898,08	\$ 8.091,21	\$ 9.490,71		
INGRESOS NO OPERATIVO						
APORTE PROPIO 57 %	\$ 25.137,76	\$ 25.547,51	\$ 25.963,93	\$ 26.387,15	\$ 26.817,26	\$ 0,00
FLUJO NETO GENERADO	\$ 49.617,76	\$ 3.982,04	\$ 17.564,50	\$ 16.774,94	\$ 28.590,21	\$ 37.380,53
FLUJO NETO ACUMULADO	\$ 49.617,76	\$ 53.599,81	\$ 71.164,31	\$ 87.939,25	\$ 116.529,46	\$ 153.909,99
	-\$ 49.617,76	\$ 3.982,04	\$ 17.564,50	\$ 16.774,94	\$ 28.590,21	\$ 37.380,53
VAN	\$21.690,47					
TIR	23%					
	\$73.477,28					
PR	\$ 3,59					

ELABORADO POR: Lisset Loor.

FUENTE: Investigación propia.

3.5.10. PUNTO DE EQUILIBRIO

Este cálculo se realiza para determinar cuál es el nivel de ventas que la empresa debe realizar para cubrir gastos y costos de operación y la relación que existe entre ambos.

Tabla 32. Punto de Equilibrio

Descripción	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costo fijo	\$ 28.882,73	\$ 29.353,52	\$ 29.831,98	\$ 30.318,24	\$ 30.812,43
Costo variable	\$ 28.265,08	\$ 29.329,05	\$ 30.433,06	\$ 31.578,63	\$ 32.767,32
Ingresos	\$ 80.757,38	\$ 83.797,27	\$ 86.951,59	\$ 90.224,65	\$ 93.189,95
Punto de equilibrio \$	\$ 44.434,97	\$ 45.159,26	\$ 45.895,35	\$ 46.643,45	\$ 47.522,07

ELABORADO POR: Lisset Loor.

FUENTE: Investigación propia.

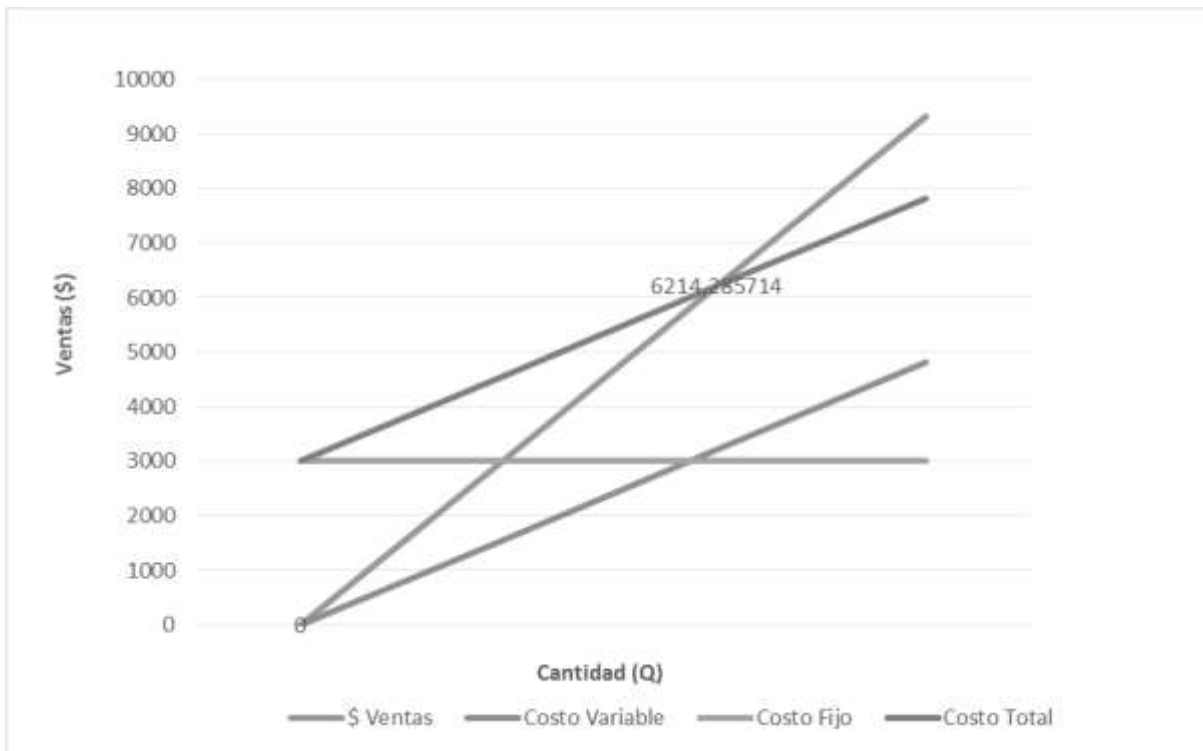


Figura 20. Punto de equilibrio

ELABORADO POR: Lisset Loor.

FUENTE: Investigación propia.

3.6. ESTUDIO DE IMPACTOS

3.6.1. IMPACTO CULTURAL

La alimentación va de la mano con la cultura por ello se crea una disociación de la ergonomía entre ambos, ya que no se logra incluir totalmente las herencias alimenticias de los antepasados y la transformación cultural del presente, además cuando de alimentación se trata existen complejidades por valores nutricionales, los hábitos actuales, sistema y políticas alimenticias que frenan la ambición de construir una empresa con estrategias convincentes y claras. Sin embargo el impacto cultural que causa la alimentación típica de Manabí es indudablemente positivo; por cuanto los hábitos alimenticios actuales están tan saturados que han permitido que las grandes masas de personas inclinen sus preferencias alimenticias a la tradicional comida dándole un toque fresco y renovado.

3.6.2. IMPACTO SOCIAL

Existe un impacto social relevante con la creación de la empresa “La Sartén Criolla” por el compromiso de contribuir al desarrollo social de la ciudad, ya que su papel se centra en actuar como personaje social y como complemento; el primero actúa desde el momento en que se cumple con todos los requisitos para formalizar la empresa y el segundo cuando la empresa tiene una aceptación por parte de los clientes y esta logra incluir a las personas dentro de sus labores y desarrollar sus potencialidades y a vez darle bienestar, de alguna forma mejora sus estilos de vida.

3.6.3. IMPACTO ECONÓMICO

Es necesario considerar el impacto económico de cada evento de catering de la empresa “La Sartén Criolla” a realizarse en la ciudad por cuando existen políticas estrechamente ligadas a impulsar la microempresa como fuente de ingreso y desarrollo económico familiar. Tanto que el gobierno ha dispuesto carteras de créditos para este fin con intereses accesibles y montos pagaderos.

Esta empresa busca reafirmar el compromiso del gobierno dándole un valor agregado a la

producción de alimentos; proporcionando un flujo de efectivo aceptable a las inversiones y cálculo de los gastos en el proceso de elaboración de comida.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- Este proyecto tiene como conclusión la determinación de viabilidad financiera de la empresa de catering y banquetes.
- La aplicación de las líneas gastronómicas en la puesta en marcha de la empresa de catering y banquetes es apegada a la realidad de El Carmen.
- La empresa de acuerdo a los estudios realizados tiene una demanda identificada para incorporarse en la competitividad de la venta de comida gourmet manabita.
- Los recursos técnicos, materiales y humanos han sido identificados y catalogados de acuerdo a las necesidades de la empresa de Catering y Banquetes respectivamente.

RECOMENDACIONES:

- Conseguir la factibilidad a través de un buen servicio.
- El servicio de alimentación debe fortalecerse con la innovación en la comita gourmet manabita.
- Aplicar los estudios realizados para obtener los resultados esperados en el negocio.
- Mantener e incrementar la demanda a través del servicio y la buena cocina manabita con estilo gourmet.
- Aprovechar en cada contratación de los recursos que se dispone para el aumento de rentabilidad.

BIBLIOGRAFÍA

FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

- Andreu Galdeòn, V. (2014). *Aprovisionamiento y montaje para servicio de catering. Organizaciòn, almacenamiento y disposiciòn de materiales y Géneros* (1ra. ediciòn ed.). Vigo: Ideas propias.
- Area Gómez, A. (2012). *Preelaboraciòn de productos básicos de pastelería* (Primera ed.). España: MAD, S, L.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigaciòn (administraciòn, economí, humanidades y ciencias sociales)*. Bogotá: Pearson.
- Cooper, B., Floody, B., & McNeil, G. (2015). *Cómo iniciar y administrar un restaurante*. Bogotá: NORMA S.A.
- De la Torre, O. (1980). *Turismo, fenómeno social*. México D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- Díaz, R. E. (2014). *Servicios especiales de restauraciòn: Decoraciòn, Ambientaciòn de locales y*. Vigo: Ideas Propias.
- Escudero, F. R. (2011). *Compra, Recepciòn y Almacenamiento de Alimentos en Hoteles y Restaurantes*. México, D. F., México: Trillas S.A.
- Estrella, E. (1998). *El Pan de América: Etnohistoria de los Alimentos Aborígenes en el Ecuador*. Quito: FUNDACYT.
- García, F. (2011). *Operaciones básicas y servicios en restauraciòn y eventos especiales*. Madrid: Paraninfo.
- Goiñ, J. (2014). *Un nuevo concepto de empresa*. Madrid: DIAZ DE SANTOS.
- Ismail, A. (2001). *Congresos y catering: Organizaciòn y ventas*. México: Paraninfo.
- Martínez, H. (2008). *Diccionario de Hospitalidad*. Quito: Gráficas Cobo.
- Méndez, C. (2001). *Metodología. Diseño y desarrollo del proceso de investigaciòn*. Colombia: McGraw Hill.
- Pazos, J. (2008). *El sabor de la memoria: Historia de la cocina quiteña*. Quito: FONSA.
- Posso Yépez, M. (2011). *Marco Lógico, Tesis y Proyectos - Planes e Informes de Investigaciòn*. Quito: Nociòn.
- Rumbado, E. (2013). *Cocina creativa o de autor HOTR0408-cocina*. Moscú: IC editorial.
- Sanchez, A. C. (2013). *Servicios especiales en restauraciòn HOTR0608*. Madrid: IC editorial.
- Segura Beneito, M., & Varó, P. (2010). *Manipulador de comidas preparadas*. San

Vicente(Alicante): ECU editorial club universitario.

Sesmero Carrasco, J. L. (2010). *Servicio de catering*. Màlaga: Editorial vertice S.L.

Sesmero, J. L., & Povea, M. (2013). *Aprovisionamiento y montaje de servicio de catering HOCRO308*. Madrid: IC editorial.


NETGRAFIA

Juan, S., & Roussos, A. (Julio de 2010). *El focus group como técnica de investigación cualitativa. Documentos de Trabajo No. 256*. Recuperado el 14 de Octubre de 2013, de www.ub.edu.ar (Universidad de Belgrano): http://www.ub.edu.ar/investigaciones/dt_nuevos/254_Roussos.pdf

Zavala, S. (Marzo de 2012). *Guía a la redacción en el estilo APA, 6ta edición*. Recuperado el 23 de Julio de 2013, de www.ute.edu.ec: http://uio.ute.edu.ec/itt/INVESTIGACION/Guia_Redaccion_APA_6taEd.pdf

ANEXOS

Anexo 1. Solicitud de aprobación del tema del proyecto





UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
SEDE SANTO DOMINGO

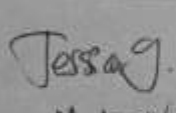
MODELO DE SOLICITUD DE APROBACIÓN DE TEMA DE TITULACIÓN


Nombre y Apellido del estudiante:	Lisset Johanna Loor Santos
Carrera:	Gastronomía
Fecha:	28 de Septiembre del 2015
Tema:	Empresa Gastronómica
Título Probable: Incluir Lugar y año	<i>Estudio Empresarial</i> Creación de una empresa de Catering y Banquetes especializado en comida gourmet manabita en la ciudad del Carmen 2015 de "El Carmen", 2015
Línea de la Inversión de la carrera en que se inserta	Establecimiento de Alimentos y Bebidas
Sublínea de Inversión	Servicio sustentable Hotelería Turismo y Gastronomía
Campo de educación CINE	Campo amplio: 10) Servicios
	Campo específico: 101) Servicios Personales
	Campo detallado: 1013) Hotelería, Restaurantes y Banquetes
Plan Nacional de Desarrollo / Plan del Buen Vivir 2013 - 2017	Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la intelectualidad. Garantizar el trabajo digno en todas sus formas.


Modificación título



FIRMA DEL SOLICITANTE




Jessica G.
Modificación título!







Anexo 2. Modelo de la encuesta

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL



Sede Santo Domingo

CARRERA DE GASTRONOMÍA

ENCUESTA PRELIMINAR

1.- ¿Usted tiene conocimientos acerca de que es un servicio de alimentación a domicilio?

SI ----- NO -----

2.- ¿Conoce usted alguna empresa que preste servicio de alimentación a domicilio para eventos?

SI ----- NO -----

2.- ¿Usted contrataría una empresa que brinde servicios de alimentos para los eventos sociales de su empresa? (por favor ordene del 1 al 4; siendo 1 más importante y 4 menos importante)

Alguna vez _____

Continuamente _____

Pocas veces _____

Nunca _____

3.- ¿Qué es más importante para usted al momento de contratar el servicio de alimentación? (por favor ordene del 1 al 5; siendo 1 más importante y 5 menos importante)

1.- Que tenga mucha experiencia _____

2.- Que ofrezca nuevas opciones _____

- 3.- Que tenga menú adecuados _____
- 4.- Que esté cerca de donde va a realizar su evento _____
- 5.- Que tenga variedad en los productos que ofrece _____

4.- ¿Le interesaría a usted que en El Carmen exista una empresa de servicios de alimentos que brinde comida gourmet manabita? (por favor ordene del 1 al 4; siendo 1 más importante y 4 menos importante)

- Definitivamente _____
 - Probablemente _____
 - No está seguro _____
 - Definitivamente no _____
- ¿POR QUÉ?

5.- ¿Cree usted que el servicio de alimentación (catering y banquetes especializado en comida gourmet manabita será competitivo en el mercado de la ciudad de El Carmen? (por favor ordene del 1 al 3; siendo 1 más importante y 3 menos importante)

- Mucho _____
- Poco _____
- Nada _____

¿Por qué?

6.- ¿Usted en su empresa tiene ha establecido ofrecer servicio de alimentación a los empleados dentro de los acuerdos y el contrato de trabajo?

SI ----- NO -----

6.- ¿Usted puntualice que tipos de platos consume habitualmente?

Anexo 3. Modelo del documentos de Ministerio de turismo



MINISTERIO DE TURISMO

LICENCIA UNICA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO

..... de del.....

Señores
Autoridades, Inspectores, Agentes de Policía, etc. de la
PROVINCIA DE FICHINDA.

EL MINISTERIO DE TURISMO, en uso de las atribuciones previstas en la Ley de Turismo y su Reglamento de Aplicación vigente, visto en el Reglamento de Inscripción N° -Folio N° ... y una vez que ha cumplido todos los requisitos de Ley, concede la presente LICENCIA UNICA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO, al establecimiento denominado:

""

Actividad	..		
Tipo	..		
Propietario	..		
Categoría	..		
Capacidad	..	Mensajías:	Plazas:
R.U.C.	..		
Dirección	..		
Ciudad	..		
Provincia	..		
Cantón	..		

El propietario o representante legal del establecimiento deberá cumplir estrictamente con las disposiciones legales vigentes, la infracción a cualquiera de estas normas, será sancionada de conformidad a la Ley de Turismo y Reglamentos vigentes.

SRIA
DIRECTOR DE REGULACION Y CONTROL

Queda anotado en el Libro con el N° ... DRC, y tendrá validez hasta.....

ESTA LICENCIA NO PODRÁ SER RETIRADA, NI INTERRUMPIDA POR NINGUNA AUTORIDAD, SIN CONOCIMIENTO Y AUTORIZACION DEL MINISTERIO DE TURISMO, ORGANISMO COMPETENTE SEGÚN LAS LEYES VIGENTES.

IMPORTANTE:

Cualquier cambio de dirección, propietario o cierre del establecimiento de su representación, debe ser comunicado al MINISTERIO DE TURISMO.

Funcionario responsable: (Iniciales del funcionario)

.....

Anexo 4. Receta estándar

Nombre de la receta: Cazuela de mariscos


Pax: 8

INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	C. UNITARIO	C. TOTAL
Langostino	kg	1,9	15	28,5
calamar	kg	1,9	9	17,1
camarón	kg	1,9	8,5	16,15
almejas	kg	1,9	4,5	8,55
tomate riñón	kg	0,5	1,2	0,6
pimiento	kg	0,22	1,5	0,33
cebolla colorada	kg	0,45	0,8	0,36
zanahoria	kg	0,1	0,6	0,06
vino blanco seco	Ltrs	0,1	3	0,3
limón	Unidad	4	0,1	0,4
aceite de oliva	Ltrs	0,2	3	0,6
ajo	Diente	5	0,2	1
verde	unidad	3	0,15	0,45
condimento	%	10		7,44
			total	81,84
			por porción	10,23

Anexo 5. Orden de compra

		EMPRESA CATERING Y BANQUETES “LA SARTÉN CRIOLLA” EL CARMEN - MANABÍ - ECUADOR			
		Orden de compra N°:			
Empresa distribuidora:	Referencia:	Teléfono:	Dirección:	Fecha de emisión:----- ---- Días de crédito: ----- -----	
Señor:	Referencia:	Dirección:		Teléfono:	
Descripción	Cantidad	Costo	Desc. %	IVA %	Valor Total
Observaciones: Son:		Subtotal:			
		Descuento:			
		IVA 12%			
		IVA 0%			
		Monto de IVA			
		Total a pagar			


Anexo 6. Formulario de inventario de materia prima

		EMPRESA DE CATERING Y BANQUETES “LA SARTÉN CRIOLLA” EL CARMEN - MANABÍ - ECUADOR INVENTARIO SEMANAL			N°
UNIDADES	PRODUCTOS	EXISTENCIAS	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	
Elaborado por:		Revisado por:	Autorizado por:		


Anexo 7. Modelo de kardex

		EMPRESA DE CATERING Y BANQUETES “LA SARTÉN CRIOLLA” EL CARMEN - MANABÍ - ECUADOR KARDEX (PROMEDIO PONDERADO)						N°		
		ENTRADAS			SALIDAS			SALDOS		
FECHA	DETALLE	Unidades	Valor unitario	Costo total	Unidades	Valor unitario	Costo total	Unidades	Valor unitario	Costo total
Elaborado por:					Revisado por:					

Anexo 8. Modelo de contrato de prestación de servicios

	<p>EMPRESA DE CATERING Y BANQUETES “LA SARTÉN CRIOLLA” EL CARMEN - MANABÍ - ECUADOR CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIO ALIMENTICIOS</p>
<p>El Carmen,..... de.....del 201..... Teléfono: Dirección: C.I o ruc:</p>	
<p>1.- El servicio requerido es por la preparación..... para personas de.....los días..... 2.- el servicio de.....para.....personas será brindado desde las.....Hrs. A.....Hrs. 3.-El servicio será brindado..... en forma..... consta de..... 4.- El menú consiste en.....el mismo que consta de..... Términos y condiciones del servicio: Valor entregado:dólares americanos (\$.....) Forma de pago: El pago se efectuará mediante.....; acorde a la proporción del servicio realizado, luego de firmado el contrato de recepción y conformidad por ambas partes.</p>	
<p>_____ Sr..... Gerente</p>	<p>_____ Ing. Lisset Loor Contratista Cód. xxxxxx</p>

Anexo 9. Factura de la empresa de catering y banquetes “Sartén Criolla”

	EMPRESA CATERING Y BANQUETES “LA SARTÉN CRIOLLA” EL CARMEN - MANABÍ ECUADOR FACTURA		N°	
	Cliente:		-----de-----del-----	
Domicilio:	Teléfono:		RUC:	
Cantidad	Concepto	Precio unitario	Precio total	
OBSERVACIONES:		Subtotal:		
		Descuento:		
		IVA. 12%		
		IVA 0%		
		TOTAL		
Firma del cliente		Gerente		