

# Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE

Tania Nataly Quispe Martínez

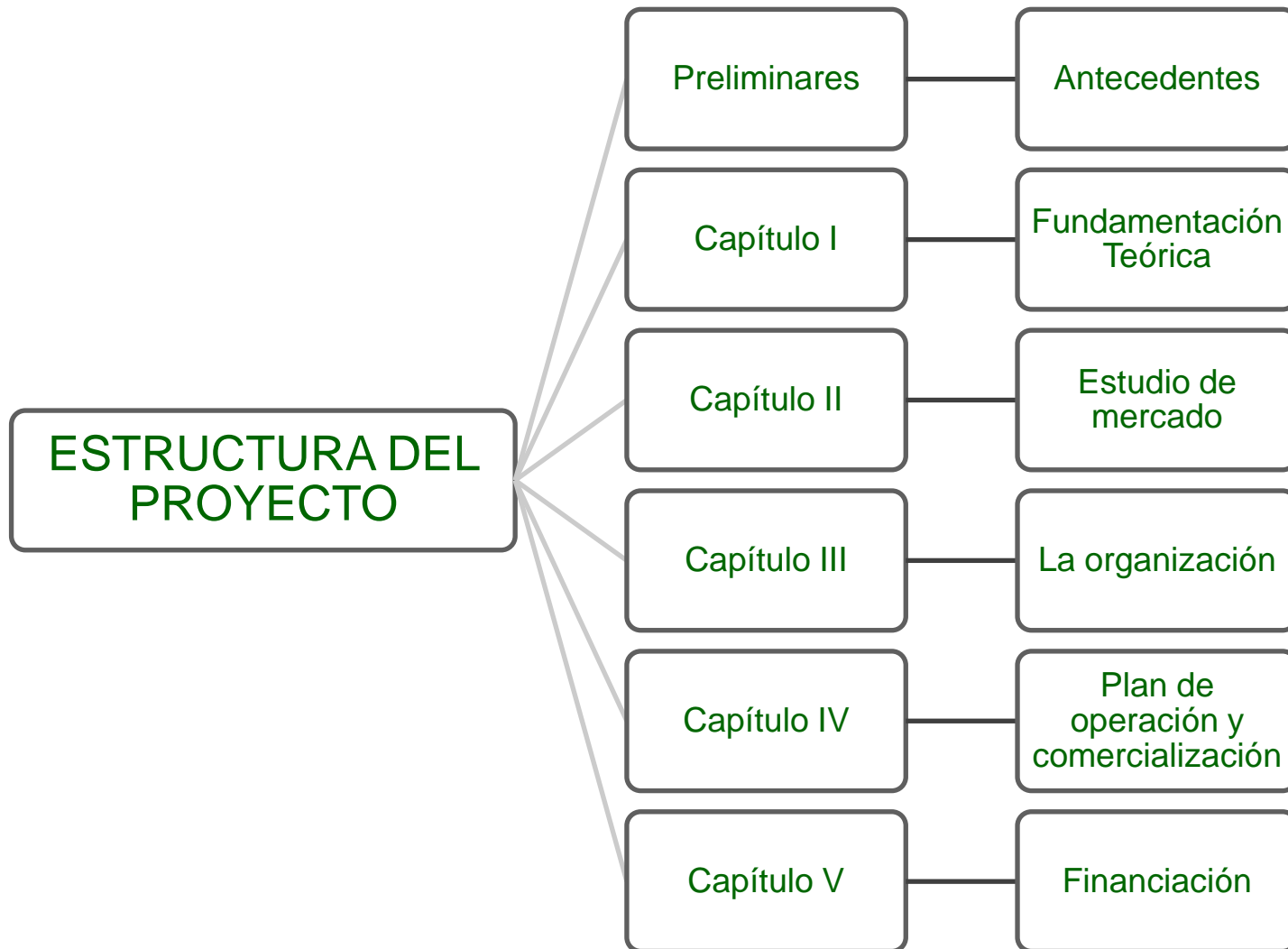
Lic. Ismael Guanoluisa (Director)  
Ing. Cristina Nasimba (Codirector)



# Tema:

“Plan de operación y comercialización para proponer el servicio de catering in house en la ciudad de Salcedo, provincia de Cotopaxi.”





# Objetivo general

Proponer un plan de operación y comercialización para el servicio de catering in house en la ciudad de Salcedo, provincia de Cotopaxi.



# Objetivos específicos




Desarrollar la fundamentación teórica que sustente la investigación.

Efectuar un estudio de mercado para analizar la industria, oferta y demanda.

Elaborar los componentes de la filosofía empresarial, estructura organizacional, descriptivo de puestos y funciones y los elementos de constitución legal de la empresa.

Establecer un plan de operación y comercialización para el servicio de catering in house.

Realizar un estudio financiero que permita conocer el presupuesto necesario para la implementación de la idea de negocio.



# Hipótesis

¿Con la propuesta de un plan de operación y comercialización para el servicio de catering in house, se logrará obtener más del 50 % de aceptación en el mercado meta de Salcedo?

# Variables

- INDEPENDIENTE: Plan de operación y comercialización.
- DEPENDIENTE: Aceptación del mercado meta en la ciudad de Salcedo.

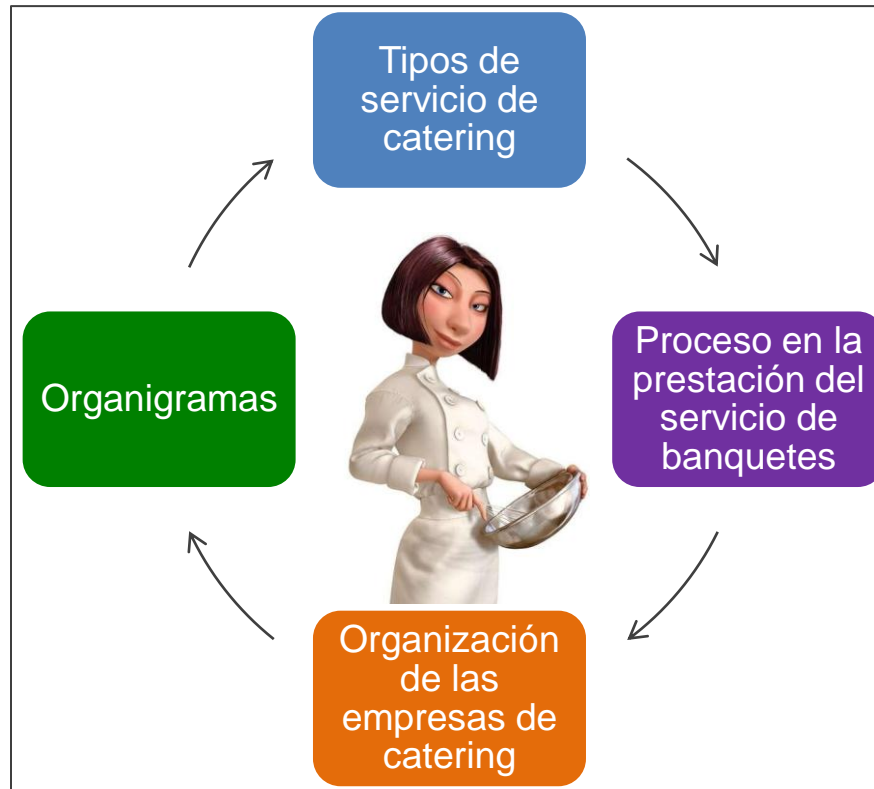


# CAPÍTULO I

## 1. Las mypimes y el plan de negocios

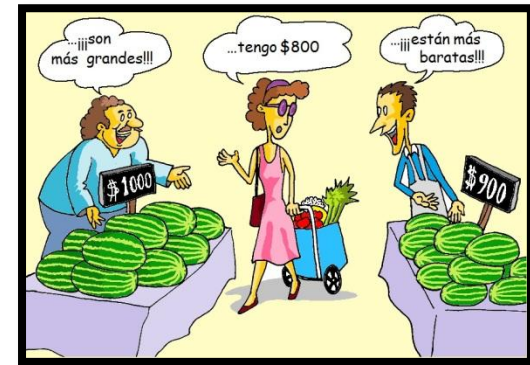
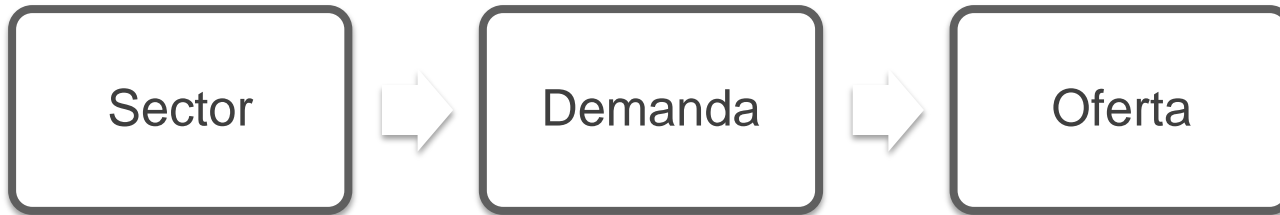


## 2. El catering





# CAPÍTULO II



- Población y muestra

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

<b>DATOS</b>	
n= Tamaño de la muestra	<b>n= 368</b>
S <sup>2</sup> =Desviación estándar	<b>S<sup>2</sup>=0.5</b>
N= Universo	<b>N= 8775</b>
E= Error	<b>E=0.05</b>
Z = Niveles de confianza (95%)	<b>Z=1.96</b>



# Perfil del potencial cliente

- Edad: 30 a 41 años
- Género: femenino
- Ocupación: empleado público
- Residen en la ciudad
- Contratarían el servicio de A&B
- Para eventos familiares (navidad, día de la madre y del padre, cumpleaños y aniversarios) y sociales (graduaciones y ceremonias religiosas).
- Especialidad de comida internacional.
- Medio de comunicación tv y redes sociales.
- Hora de realización en la noche.
- Frecuencia de eventos al año de 3 a 4 veces.
- Personas por evento de 21 a 30



# Competencia indirecta

Hostería el  
Surillal

Hostería  
Rumipamba de  
las Rosas

Hostería  
Imperio Real

Hostería los  
Molinos

Hotel Jarfi



# CAPÍTULO III

## Misión

Brindar el servicio de catering a domicilio atendiendo las necesidades y requerimientos de nuestros clientes en la organización de eventos sociales y ceremoniales, mediante la prestación e innovación en el servicio de alimentos y bebidas, utilizando productos de calidad, talento humano altamente capacitado, modernos equipos tecnológicos y profesionalismo en el servicio ofertado, con principios y valores que caracterizan a la empresa.



# Visión

Al 2016, ser una empresa innovadora en el servicio de alimentos y bebidas dentro del mercado local y ciudades cercanas, mediante la aplicación y mejoramiento continuo de nuestros procesos, para satisfacer las necesidades de nuestros clientes, proporcionándoles calidad en el servicio



# Logotipo



- Naranja: estimula el apetito y la compra.
- Verde: fácil de percibir o distinguir.
- Gorro de chef champiñón: componente asociado al ámbito culinario.
- Silueta casa: lugar donde se efectuará el servicio.



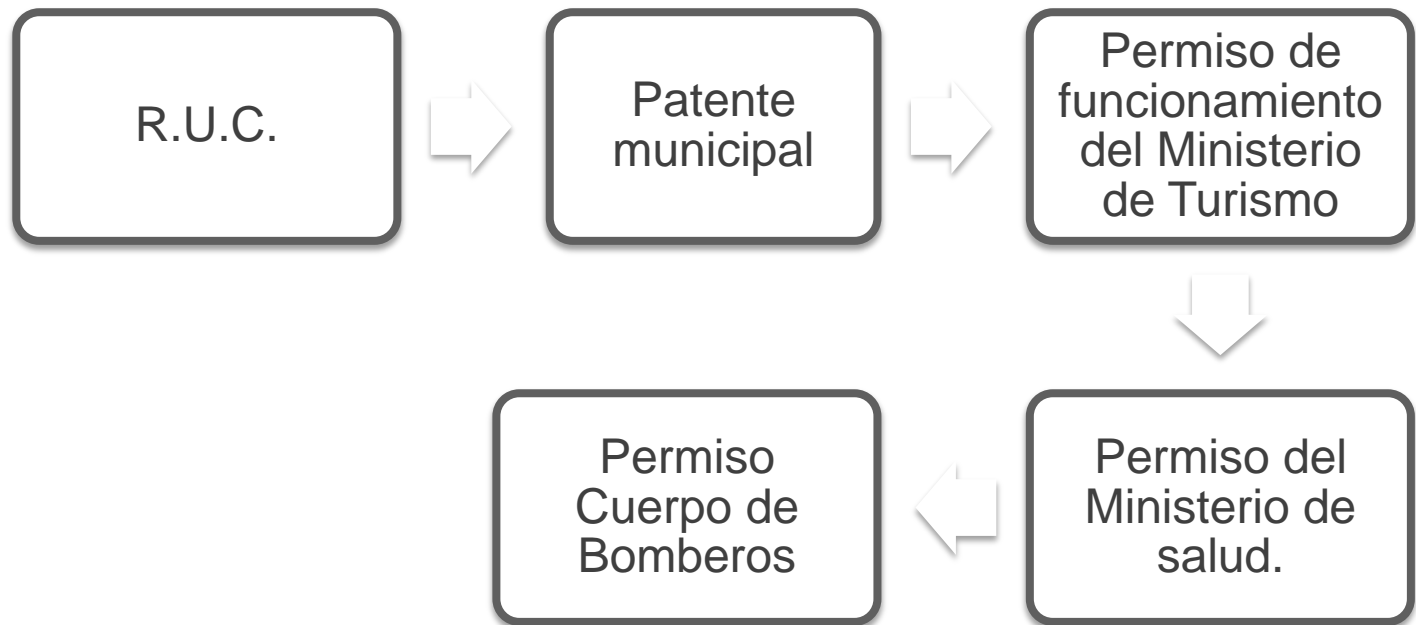
# Estructura de la empresa

Se determinó en base al tipo de servicio y actividad, considerando las siguientes áreas:





# Aspectos legales



# CAPÍTULO IV

## Macro localización



# Micro localización

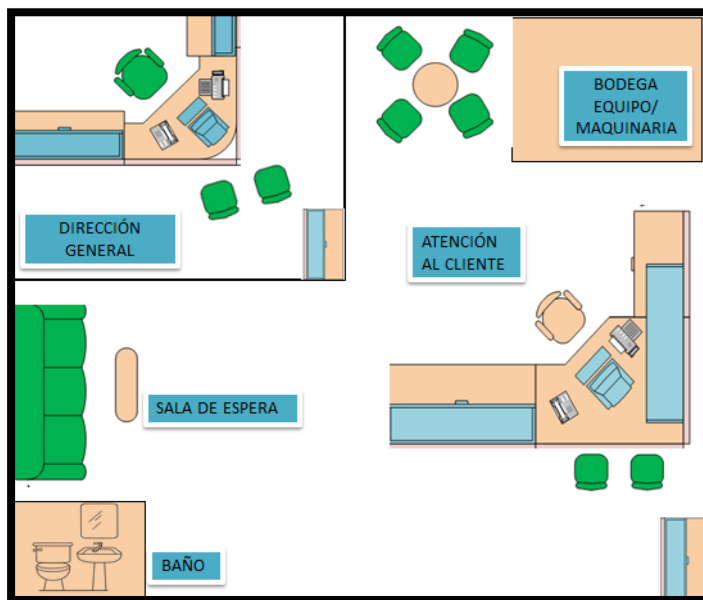
Factor relevante	Peso asignado	Barrio América		Barrio San Antonio		Barrio la Palmira		Barrio Eloy Alfaro	
		Calificación	Calificación ponderada	Calificación	Calificación ponderada	Calificación	Calificación ponderada	Calificación	Calificación ponderada
Vías de acceso	0.07	7	0.49	7	0.49	7	0.49	7	0.49
Costo de arriendo	0.25	7	1.75	8	2.00	8	2.00	8	2.00
Afluencia de gente	0.33	9	2.9	6	1.98	5	1.65	8	2.64
Materia prima disponible	0.15	7	1,05	6	0.90	5	0.75	7	1.05
Tipo de clientes	0.20	8	1.60	7	1.40	6	1.20	7	1.4
Total	1.00		7.79		6.77		6.09		7.58



# Distribución de la planta

El espacio físico con el que contara la empresa podrá ser distribuido en las siguientes áreas:

- Dirección general
- Bodega
- Atención al cliente



# Tamaño del proyecto

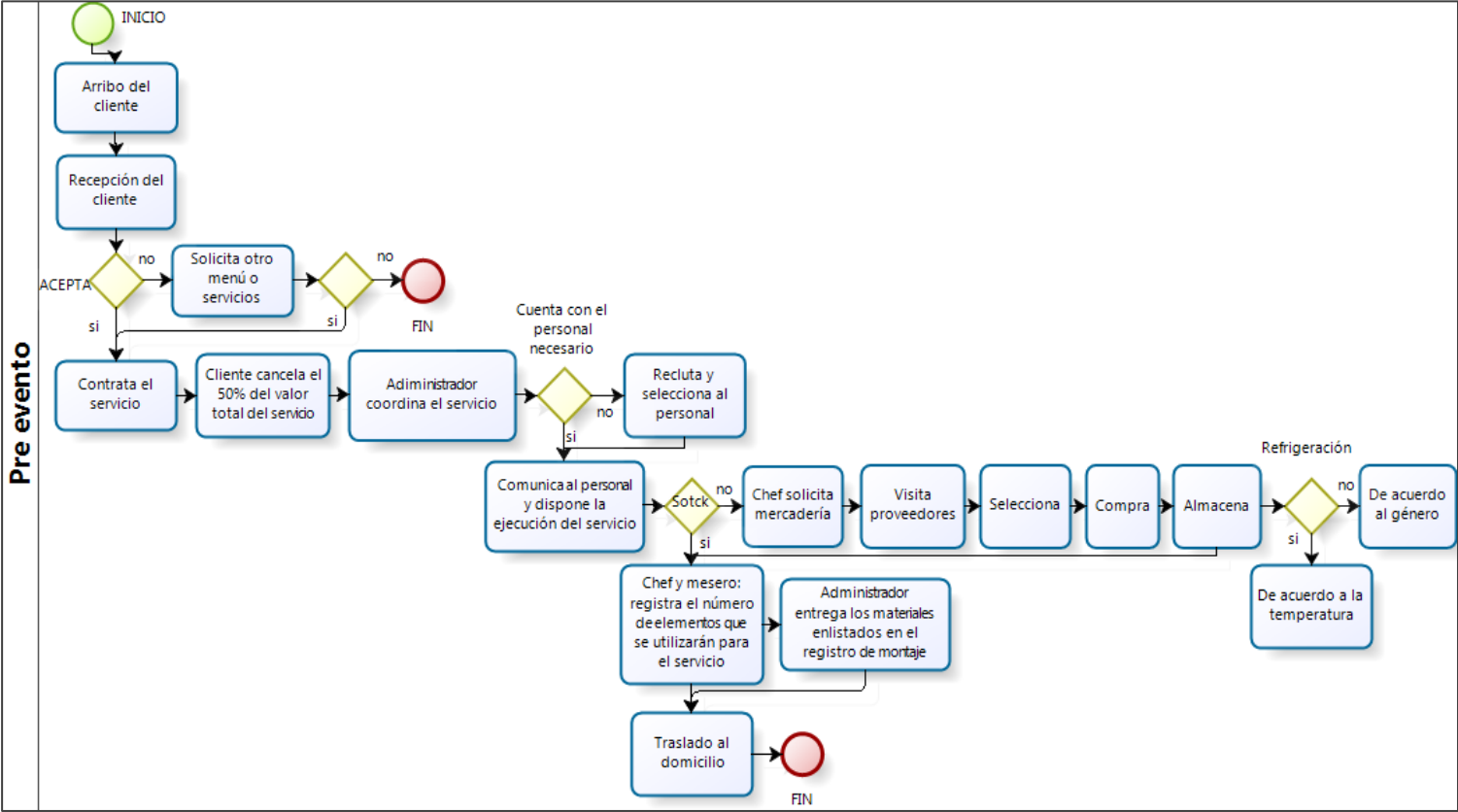
Para iniciar se ha considerado trabajar en un turno de 8 horas diarias, seis días a la semana (martes-domingo), es decir 24 días al mes y 288 días al año.

CAPACIDAD DE LA PLANTA			
EVENTOS			
Día	Mensual	Anual	Instalada 100%
1	24	288	288

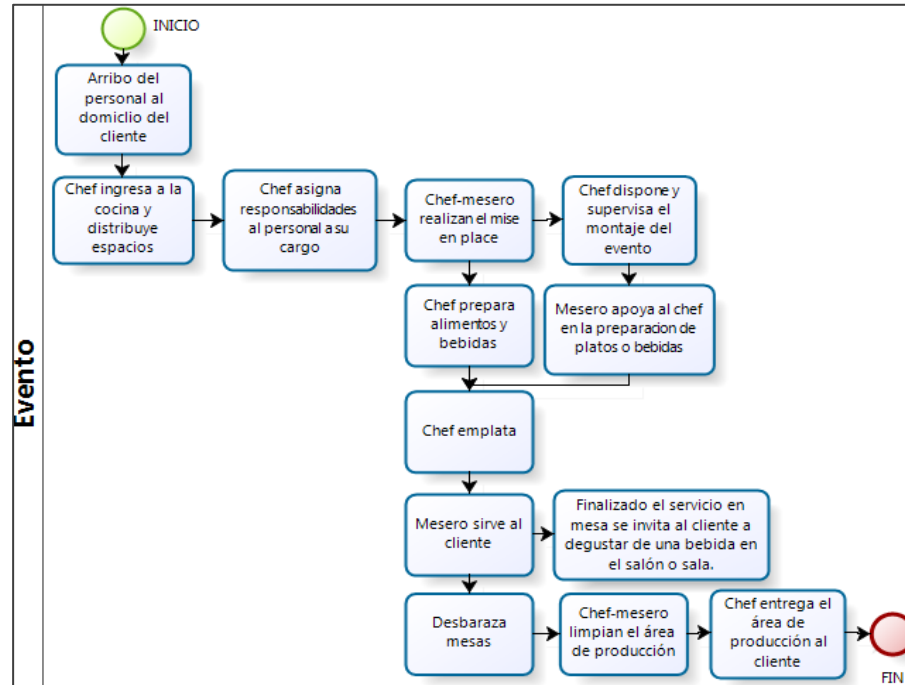


# Prestación del servicio

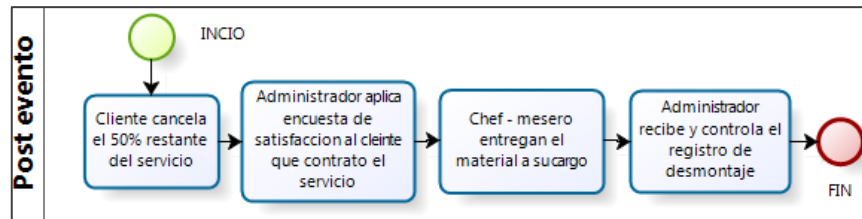
## 1. Antes del evento



## 2. Durante el evento




## 3. Después del evento



# Formatos


## 1. Área administrativa

- Ficha de costos
- Tarjeta de registro
- Contrato
- Encuesta de satisfacción del cliente

FICHA DE COSTOS					
ALIMENTO:	Ficha número:		Fotografía		
Tipo de plato:	N° de raciones:				
Precio por ración:					
Producto	Medida	Cantidad	Precio unitario	Precio total	
Total					

## 2. Área de servicio y producción

- Ficha de producción
- Ficha de requisición
- Ficha de entrega/recepción mercadería
- Ficha de inventario
- Registro de montaje y desmontaje

FICHA DE PRODUCCIÓN				
NOMBRE DEL PLATO:	Ficha número:		Fotografía	
Tipo de plato:	Número de raciones:			
Tiempo de preparación:	Precio por ración:			
Composición del plato				
Ingredientes	Medida	Cantidad	Detalle	
Procedimiento:				
Utensilios:				





# Presentación del personal

- Administrador (a)



- Chef



- Mesero



# Producto

- Menú
- Servicio de chef y mesero
- Montaje de mesa .

**CATERING IN HOUSE**  
Un restaurante de lujo, en tu propia casa

*Menú navideño*

Entrada: Tomates rellenos 

Plato fuerte: Jamón glaseado 

Postre: Ensalada de frutas 

Bebida: Gaseosa o té helado

**CATERING IN HOUSE**  
Un restaurante de lujo, en tu propia casa

*Menú eventos generales*

Entrada: Cóctel de camarón 


Plato fuerte: Filet mignon 

Postre: Tiramisú 

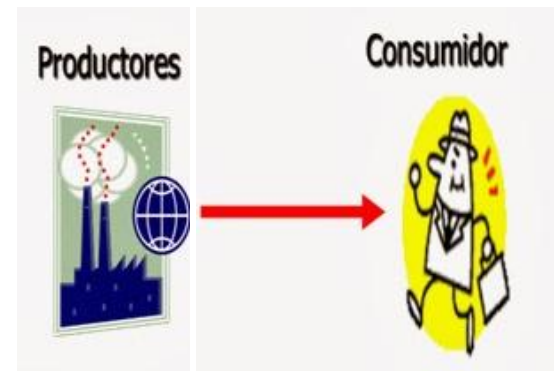
Bebida: Gaseosa o té helado



# Precio

FICHA DE PRODUCCIÓN 			
NOMBRE DEL PLATO:	Ficha número:	Fotografía	
Tipo de plato:	Número de raciones:		
Tiempo de preparación:	Precio por ración:		
Composición del plato			
Ingredientes	Medida	Cantidad	Detalle
Procedimiento:			
Utensilios:			

# Plaza



# Promoción

Slogan: “Si tienes ganas de sorprender a tus amigos o familiares, hacer una cena especial en tu casa y tener un Chef a tu servicio, ésta es mi propuesta. Catering in house un restaurante gourmet en tu propia casa.”

## **CATERING IN HOUSE**

Un restaurante de lujo, en tu propia casa

*Para eventos especiales*

Dirección: Salcedo, Calle Luis A. Martínez y Sucre

Teléfonos: (03) 2727702/0984024853

Email: cateringinhouse@outlook.es

## **CATERING IN HOUSE**

Un restaurante de lujo, en tu propia casa

*Para eventos especiales*



Dirección: Salcedo, Calle Luis A. Martínez y  
Sucre

Teléfonos: (03) 2727702/0984024853

Email: cateringinhouse@outlook.es



# CAPÍTULO V

Los recursos para la instalación y operación de la idea de negocio, está conformado por:

INVERSIÓN INICIAL	
ESPECIFICACIÓN	MONTO
Equipos de cocina	910,46
Equipos de oficina	87,3
Equipos de computación	825,96
Muebles y enseres	1362,75
Gasto administración	55,7
Suministros y materiales	1213
Utensilios de restaurante	921,62
Gasto arriendo	1800
Gasto publicidad	276
Gasto constitución	60
Gasto servicios básicos	972
Costo materia prima	33867,99
Útiles de aseo	12,8
Gastos sueldos y salarios	20943,84
<b>Total</b>	<b>63309,42</b>



# Financiación

Para desarrollar la idea de negocio se financiara el setenta por ciento del total con una tasa activa del diez por ciento para cuatro años.

FINANCIAMIENTO		
FUENTE	VALOR	%
Capital propio	18992,83	30%
Crédito	44316,59	70%
Total	63309,42	100%



# Ingresos por servicios

	Costo unitario	40% utilidad	Precio
Familiares	12,52	5,01	17,53
Sociales	12,01	4,80	16,8
Tradicionales	16,73	6,69	23,42



# Estado de resultados

Año	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ingresos por servicios	84325,78	88525,20	91384,56	94336,29	97383,35	100528,83	103775,91	107127,87	110588,10	114160,10
Costo de ventas	33867,99	34961,92	36091,20	37256,94	38460,34	39702,61	40985,00	42308,82	43675,39	45086,11
Utilidad bruta en ventas	50457,79	53563,28	55293,37	57079,35	58923,01	60826,22	62790,91	64819,05	66912,71	69073,99
Gastos de ventas	276	284,91	294,12	303,62	313,42	323,55	334,00	344,79	355,92	367,42
Gastos administración	23733,3	24834,44	25937,46	27042,42	28149,39	29240,95	30352,11	31465,47	32581,11	33699,08
Sueldos y salarios	20943,84	21986,84	23029,85	24072,85	25115,85	26158,86	27201,86	28244,86	29287,87	30330,87
Equipo de oficina	17,46	17,46	17,46	17,46	17,46	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Arriendo	1800	1858,14	1918,16	1980,11	2044,07	2110,10	2178,25	2248,61	2321,24	2396,22
Sevicios basicos	972	972	972	972	972	972	972	972	972	972
Utilidad operacional	26448,49	28443,92	29061,79	29733,30	30460,20	31261,72	32104,80	33008,80	33975,68	35007,49
Gastos financieros	15003,01	13895,10	12787,18	11679,27	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Utilidad antes de participación trabajadores	11445,47	14548,82	16274,60	18054,03	30460,20	31261,72	32104,80	33008,80	33975,68	35007,49
(-)15% participación de trabajadores	1716,82	2182,32	2441,19	2708,10	4569,03	4689,26	4815,72	4951,32	5096,35	5251,12
Utilidad antes impuestos	9728,65	12366,50	13833,41	15345,93	25891,17	26572,46	27289,08	28057,48	28879,33	29756,36
(-) 22% Impuesto a la renta	2140,30	2720,63	3043,35	3376,10	5696,06	5845,94	6003,60	6172,64	6353,45	6546,40
Utilidad del ejercicio	7588,35	9645,87	10790,06	11969,82	20195,11	20726,52	21285,48	21884,83	22525,88	23209,96
Reserva legal	379,42	482,29	539,50	598,49	1009,76	1036,33	1064,27	1094,24	1126,29	1160,50





# Flujo de caja

Año	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
A. Ingresos operacionales											
Ingresos por servicios		84325,78	88525,20	91384,56	94336,29	97383,35	100528,83	103775,91	107127,87	110588,10	114160,10
B. Egresos operacionales											
Costos de ventas		33867,99	34961,92	36091,20	37256,94	38460,34	39702,61	40985,00	42308,82	43675,39	45086,11
Gastos administrativos		23733,3	24.834,44	25937,46	27042,42	28149,39	29240,95	30352,11	31465,47	32581,11	33699,08
Gasto de ventas		276	284,91	294,12	303,62	313,42	323,55	334,00	344,79	355,92	367,42
Total egresos operacionales		57877,29	60081,28	62322,78	64602,98	66923,15	69267,11	71671,11	74119,08	76612,42	79152,61
C. FLUJO OPERACIONAL (A-B)		26448,49	28443,92	29061,79	29733,30	30460,20	31261,72	32104,80	33008,80	33975,68	35007,49
D. Ingresos no operacionales											
Crédito a largo plazo	-44316,59	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Aporte capital propio	-18992,83	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total ingresos no operacionales	-63309,42	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
E. Egresos no operacionales											
Pago de intereses		3923,87	2815,95	1708,04	600,12	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Pago crédito largo plazo		11079,15	11079,15	11079,15	11079,15						
Pago 15% participación de utilidades		1716,82	2182,32	2441,19	2708,10	4569,03	4689,26	4815,72	4951,32	5096,35	5251,12
Pago 22% impuesto a la renta		2140,30	2720,63	3043,35	3376,10	5696,06	5845,94	6003,60	6172,64	6353,45	6546,40
Reserva legal		379,42	482,29	539,50	598,49	1009,76	1036,33	1064,27	1094,24	1126,29	1160,50
Total egresos no operacionales		19239,56	19280,34	18811,23	18361,97	11274,84	11571,53	11883,59	12218,21	12576,10	12958,02
F. Flujo no operacional (D-E)	-63309,42	-19239,56	-19280,34	-18811,23	-18361,97	-11274,84	-11571,53	-11883,59	-12218,21	-12576,10	-12958,02
G. Flujo neto generado(C+F)	-63309,42	7208,93	9163,57	10250,56	11371,33	19185,36	19690,20	20221,21	20790,59	21399,58	22049,47



# Evaluación financiera

- VAN: \$ 132.477,92 / Inversión inicial: \$63.309,42
- El porcentaje de la TIR es de 17% mayor a la tasa máxima de retorno (TMAR) 15%
- Costo beneficio \$ 1, 55
- PRI 5 años 3 meses
- Incremento en costos de hasta un 7% y disminución en ingresos de hasta un 4% .



# Conclusiones

1. La fundamentación teórica sirvió de sustento y soporte para el desarrollo del plan de operación y comercialización del servicio de catering in house.
2. El estudio de mercado permitió determinar que no existe demanda insatisfecha para establecimientos que ofertan eventos y banquetes, pero al proponer una idea de negocio diferente este hecho no afecta la puesta en marcha de la empresa debido a que a través de la encuesta se determinó que la aceptación de la creación de Catering in house.



3. La filosofía empresarial, estructura de la empresa y descriptivo de puestos y funciones son la base para que el talento humano que va a laborar en Catering in house conozca cual es la razón de ser de la empresa, los niveles de jerarquía y las funciones que desempeñaran en la empresa.
4. La propuesta del plan de operación y comercialización permitió conocer la ubicación adecuada de la empresa, los procesos de prestación del servicio durante las tres fases del servicio, los uniformes que el talento humano utilizara durante las actividades que realicen en las jornadas laborales y las estrategias de comercialización que la empresa tomara para ingresar en el mercado.



5. La evaluación financiera del proyecto presenta resultados favorables sobre la rentabilidad y recuperación de la inversión, lo que justifica que el empresario lleve a cabo la idea de negocio, el valor actual neto para el inversionista es de \$ 132.477,92 ; la tasa interna de retorno (17%) es superior a la tasa de rendimiento mínima aceptable (15%), el empresario recuperará la inversión pasado los cinco años obteniendo una relación de costo/ beneficio de un dólar con cincuenta y cinco centavos por cada dólar invertido: además con el análisis de sensibilidad se ha podido determinar que el proyecto puede soportar hasta un 7% de incremento en los costos de producción, así como un 4% en la disminución de los ingresos, lo cual hace que el proyecto presente estabilidad económica.



# Recomendaciones

1. Sustentar todos los estudios bajo bases teóricas con el fin de obtener información técnicamente justificada y esta sirva como insumo para que se genere nuevos estudios o proyectos.
2. Que los elementos identificados en el desarrollo y diagnóstico del estudio de mercado sean utilizadas como herramienta y apoyo para que la empresa ingrese en el mercado bajo el concepto de Catering in house con el objetivo de satisfacer la demanda establecida y posteriormente buscar nuevos nichos de mercado.



3. Una vez puesta en marcha la idea de negocio se recomienda tomar en cuenta los elementos elaborados en la filosofía empresarial y en el descriptivo de puestos y funciones; además de considerar los niveles de jerarquía establecidos en la estructura de la empresa.
4. Se recomienda la implementación del negocio porque ha sido técnicamente justificada, es decir que cuenta con los elementos físicos, profesionales y operativos que pueden ser aprovechados por el inversionista.
5. Se recomienda la creación de la empresa de servicio de Catering in house, ya que los análisis realizados demuestran que la inversión es rentable y recuperable.



GRACIAS

