



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN
TURÍSTICA Y HOTELERA**

**PROYECTO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN
TURÍSTICA Y HOTELERA.**

AUTOR: VELOZ JÁCOME, ANDREA VICTORIA

**TEMA: “ELABORACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA
LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CATERING, EVENTOS
Y BANQUETES EN LA CIUDAD DE LATACUNGA, PROVINCIA
DE COTOPAXI”**

DIRECTOR: LIC. GUANOLUISA ISMAEL

CODIRECTOR: ING. MENA LENIN

LATACUNGA, ENERO

2015

**UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS – ESPE
INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA**

CERTIFICADO DEL DIRECTOR Y CODIRECTOR

Lic. Guanoluisa Ismael

Ing. Mena Lenin

CERTIFICAN

Que el trabajo titulado **ELABORACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CATERING EVENTOS Y BANQUETES EN LA CIUDAD DE LATACUNGA PROVINCIA DE COTOPAXI** realizado por Veloz Jácome Andrea Victoria, ha sido guiado y revisado periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas por la ESPE, en el Reglamento de Estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas-ESPE.

Debido a que constituye un trabajo de excelente contenido científico que ayudará a la aplicación de conocimientos y al desarrollo profesional, SI recomiendan su publicación.

El mencionado trabajo consta de [un] documento empastado y [un] disco compacto el cual contiene los archivos en formato portátil de Acrobat (PDF). Autorizan a Veloz Jácome Andrea Victoria que lo entregue al Ing. Acosta Geovany, en su calidad de Director de la Carrera.

Latacunga Enero 2015.

Lic. Guanoluisa Ismael
DIRECTOR

Ing. Mena Lenin
CODIRECTOR

**UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS - ESPE
INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA**

AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD

VELOZ JÁCOME ANDREA VICTORIA

DECLARO QUE:

El proyecto de grado denominado **ELABORACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CATERING EVENTOS Y BANQUETES EN LA CIUDAD DE LATACUNGA PROVINCIA DE COTOPAXI**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente éste trabajo es de mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Latacunga, Enero 2015.

Veloz Jácome Andrea Victoria

C.C. 0502500408

**UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS – ESPE
INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA**

AUTORIZACIÓN

Yo, Veloz Jácome Andrea Victoria

Autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas la publicación, en la biblioteca virtual de la Institución del **ELABORACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CATERING EVENTOS Y BANQUETES EN LA CIUDAD DE LATACUNGA PROVINCIA DE COTOPAXI**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Latacunga, Enero 2015.

Veloz Jácome Andrea Victoria

C.C. 0502500408

DEDICATORIA

Dedico ésta tesis a las dos personas más importantes de mi vida, aquellos que sin importar las dificultades y tropiezos en esta vida han sabido salir adelante y formar a mis 4 hermanos y a mí persona, siendo personas de bien, responsables, luchadoras y trabajadoras; mis padres, ya que son pilares fundamentales dentro de mi hogar, que han sabido apoyarme en todo momento, tanto emocional, espiritual y económicamente, por estar a mi lado, compartir conmigo cada triunfo cada fracaso, y estar presentes en cada etapa de mi vida.

AGRADECIMIENTO

Agradezco primeramente a Dios por permitirme ser parte de éste mundo maravilloso por ser mi luz y quien guíe mi camino por brindarme una vida llena de aprendizaje y felicidad.

Un profundo agradecimiento a mis padres Vicente e Isabel por el esfuerzo realizado para culminar mis estudios, por ser mi fortaleza en momentos de debilidad, y apoyarme incondicionalmente en todo momento por haberme inculcado principios y valores que me han llevado a ser una persona de bien y sobre todo por ser mi ejemplo de vida a seguir.

A mis hermanos, hermanos políticos por ser parte importante de mi familia, por ser ejemplo de lucha, perseverancia, paciencia y constancia, sobre todo por representar la unión familiar, José Gabriel, Isabella y Ana Victoria por ser ángeles que han llenado mi corazón de amor, alegrías y momentos inolvidables.

Quiero agradecer a mis maestros que se han tomado el tiempo de transmitirme sus conocimientos, especialmente en el área de mi profesión, también han sido quienes me han ayudado a alcanzar mis metas de estudio.

Agradecer a mis amigos Alexandra, Daniela y Xavier; ya que han sido personas incondicionales que han compartido conmigo momentos importantes durante mi formación, han sabido apoyarme y motivarme en mis momentos de desesperación.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICADO DEL DIRECTOR Y CODIRECTOR	ii
AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD	iii
AUTORIZACIÓN	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiii
ÍNDICE DE CUADROS	xiv
RESUMEN.....	xv
SUMARY.....	xvi
GENERALIDADES	xvii
INTRODUCCIÓN	xvii
CAPÍTULO I.....	1
1. PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN	1
1.1. Introducción	1
1.2. Justificación	2
1.3. Objetivos	3
1.3.1. Objetivo general.....	3
1.3.2. Objetivos Específicos.....	3
1.4. Hipótesis	3
CAPÍTULO II	4
2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	4
2.1. Marco teórico	4
2.2. Plan de Negocios.....	4
2.2.1. Estructura de un plan de negocios	5
2.2.2. Tipos de plan de negocios.....	8
2.3. Catering.....	10
2.3.1. Clasificación del catering.....	11

2.1.1.	Tipos de servicio de catering	14
2.2.	Banquetes	16
2.2.1.	Tipos de banquetes.....	17
2.2.2.	Tipos de servicio en banquetes	17
a.	Servicio a plato servido.....	18
b.	Servicio de Bufé.....	18
c.	Servicio en estaciones	18
d.	Servicio en bandejas	19
2.3.	Menaje.....	19
2.3.1.	Cristalería	19
2.3.2.	Cubertería.....	21
2.3.3.	Mantelería	22
2.3.4.	Servilletas.....	23
2.3.5.	Vajilla.....	24
2.3.6.	Mesas	25
2.3.7.	Sillas.....	26
2.4.	Proceso del servicio.	26
2.5.	Menú	31
2.5.1.	Estructura del menú	31
2.5.2.	Planificación de un menú.....	32
2.5.3.	Ciclo de producción del menú	33
2.5.4.	Organigramas del Departamento de Alimentos y Bebidas	36
2.5.5.	Organigrama del Departamento de catering.	37
2.5.6.	Organigrama de la cocina	38
2.5.7.	Descriptivo de los puestos	38
CAPÍTULO III.....		41
3.	ANÁLISIS DE MERCADO	41
3.1.	Análisis de la Demanda	41
3.1.1.	Segmentación del mercado	41
3.1.2.	Demanda Actual.....	43
a.	Población y muestra.....	43

3.1.3.	Técnicas de recopilación de Información	44
a.	Encuesta Definitiva.....	44
b.	Aplicación de la encuesta.....	44
c.	Ingreso de la información al SPSS.....	44
d.	Análisis e Interpretación de Resultados	45
e.	Proyección de la Demanda.....	54
f.	Demanda Actual De Servicio.....	55
3.1.4.	Oferta actual.....	59
3.1.5.	Proyecciones de la Oferta	66
3.1.6.	Producto	68
3.1.7.	Precio	69
3.1.8.	Plaza.....	70
3.1.9.	Promoción.....	70
3.1.10.	Persona.....	71
3.1.11.	Evidencia Física	71
CAPÍTULO IV		72
4.	ESTUDIO TÉCNICO	72
4.1.	Localización del Proyecto.....	72
4.1.1.	Macro Localización	73
4.1.2.	Micro Localización	74
4.2.	Tamaño del Proyecto	76
4.3.	Ingeniería del Proyecto	77
4.3.1.	Características Técnicas.....	78
4.3.2.	Características físicas.....	79
4.4.	Organigrama Estructural.....	81
4.5.	Organigrama Funcional	82
4.5.1.	Flujogramas de procesos.....	83
4.5	Principios Organizacionales de la Empresa.....	94
4.5.1	Visión.....	94
4.5.2	Misión	96
4.6.3.	Valores institucionales	97

4.6	Requisitos legales para el Funcionamiento.....	97
4.6.1	Pasos para constituir la empresa:.....	97
4.6.2.	Obtención del RUC (SRI).....	99
4.6.3.	Obligaciones tributarias	99
4.6.4.	Trámites para el permiso sanitario de funcionamiento de establecimientos de preparación y expendio de alimentos.	99
CAPÍTULO V.....		100
5.	PLAN DE INVERSIÓN	100
5.1.	Activos fijos	100
5.2.	Activos intangibles.....	104
5.3.	Capital de trabajo	105
5.4.	Presupuesto de operación.....	105
5.5.	Presupuestos de ingresos.....	107
5.6.	Presupuestos de egresos	109
5.7.	Estructura de financiamiento	116
5.8.	Estados financieros	121
5.9.	Estado de resultados (pérdidas y ganancias).....	121
5.10.	Estado de origen y aplicación de fondos.....	123
5.11.	Flujo de Efectivo o Caja	123
5.12.	Evaluación financiera.....	124
5.13.	Valor Actual Neto (VAN).....	125
5.14.	Tasa interna de retorno (TIR)	126
5.15.	Periodo de recuperación de la inversión	128
5.16.	Relación costo beneficio	129
CONCLUSIONES		132
RECOMENDACIONES		133
BIBLIOGRAFÍA		134
NETGRAFÍA		135
ANEXOS		136

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Población.....	43
Tabla 2	Contrataría el servicio	45
Tabla 3	Contratación del servicio.....	46
Tabla 4	Calificación del servicio.....	47
Tabla 5	Ocasión.....	48
Tabla 6	Importancia.....	49
Tabla 7	Principal Elemento	50
Tabla 8	Forma de Pago.....	51
Tabla 9	Ingreso.....	52
Tabla 10	Valor a Pagar.....	53
Tabla 11	Proyección de la demanda.....	54
Tabla 12	Demanda actual del servicio	55
Tabla 13	Precio.....	56
Tabla 14	Imagen y Ambientación	57
Tabla 15	Capacidad.....	57
Tabla 16	Periodo de duración del servicio	58
Tabla 17	Servicios Adicionales.....	58
Tabla 18	Proveedores de Servicio de Catering y Banquetes en el Centro de la Ciudad de Latacunga	60
Tabla 19	Determinación de la oferta	65
Tabla 20	Oferta Actual	65
Tabla 21	Proyección de la Oferta.....	66
Tabla 22	Porcentaje de crecimiento de la Oferta	67
Tabla 23	Demanda Insatisfecha	68
Tabla 24	Análisis del precio según la competencia	69
Tabla 25	Análisis del precio según encuestas	70
Tabla 26	Matriz de ubicación.....	73
Tabla 27	Capacidad Instalada.....	77
Tabla 28	Simbología	83
Tabla 29	Proceso Administrativo-Financiero.....	84

Tabla 30	Diagrama de proceso de mercadeo.....	85
Tabla 31	Diagrama del Macro proceso de producción.....	86
Tabla 32	Diagrama de proceso logístico	87

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1:	Montaje Francés.....	15
Gráfico 2:	Montaje Americano	16
Gráfico 3:	Partes de una copa.....	20
Gráfico 4:	Copa de vino tinto.....	20
Gráfico 5:	Copa de vino blanco	20
Gráfico 6:	Copa de champagne	21
Gráfico 7:	Copa de vino generoso.....	21
Gráfico 8:	Copa para destilados de vino	21
Gráfico 9:	Cubertería.....	22
Gráfico 10:	Tipos de mesas redondas	25
Gráfico 11:	Tipo de mesa de conferencia	26
Gráfico 12:	Contrataría el servicio	45
Gráfico 13:	Contratación del servicio	46
Gráfico 14:	Calificación del servicio	47
Gráfico 15:	Ocasión	48
Gráfico 16:	Importancia	49
Gráfico 17:	Principal Elemento.....	50
Gráfico 18:	Forma de Pago	51
Gráfico 19:	Ingreso	52
Gráfico 20:	Valor a pagar.....	53
Gráfico 21:	Proyección de la demanda	54
Gráfico 22:	Demanda Actual	55
Gráfico 23:	Oferta Actual.....	65
Gráfico 24:	Proyección de la Oferta.....	67
Gráfico 25:	Mapa Cantón Latacunga	74
Gráfico 26:	Mapa Cantón Latacunga	76
Gráfico 27:	Características técnicas	78

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1:	Empresas de catering	11
Cuadro 2:	Tipos de servicio	14
Cuadro 3:	Facturación y cobro del cliente	30
Cuadro 4:	Flujo del ciclo de producción del menú	33
Cuadro 5:	Organigrama estructural del Departamento de alimentos y bebidas	37
Cuadro 6:	Organigrama Estructural del departamento de catering.	37
Cuadro 7:	Organigrama estructural de la cocina	38
Cuadro 8:	Segmentación del Mercado.....	42

RESUMEN

El presente plan de negocios tiene por objeto, la creación de una empresa de catering, eventos y banquetes, en la cual se ofertará, el servicio de alimentos y bebidas, así como el servicio de salón para reuniones de negocios o de tipo familiar, mediante la propuesta de la creación de una empresa de catering eventos y banquetes, se pretende satisfacer necesidades de los ciudadanos de Latacunga, para que el factor costo-beneficio sea atractivo tanto para el cliente como para la empresa; de igual manera se desarrollará la justificación, objetivos, e hipótesis del proyecto, fundamentación teórica que sustentara el tema y la metodología de la investigación, también se realiza un estudio de mercado, para determinar la demanda y oferta, se ejecutará un estudio técnico, administrativo organizacional y legal, para determinar el tamaño, localización apropiada, así como las instalaciones y recurso humano necesario y por último se efectuará un plan de inversión y comercialización para determinar la viabilidad del negocio.

PALABRAS CLAVE: PLAN DE NEGOCIOS, BANQUETES, CATERING, EMPRESAS DE SERVICIO.

SUMMARY

This business plan aims at the creation of a caterer , event and banquet , which will be offered in the service of food and beverages as well as room service for business meetings or family type, by the creation of a catering company and banquet events is to fulfill needs of the citizens of Latacunga , that cost -benefit factor is attractive for both the customer and the company, the same mode the project justification , project objectives, and assumptions of the project developed, will create the theoretical foundation that would support the topic and research methodology was developed; executed a market study be conducted to determine the demand and supply; a technical, administrative, organizational and legal study was executed to determine the size, proper location and facilities and human resources required, and finally an investment plan and marketing is effected to determine the viability of the business.

KEY WORDS: BUSSINESS PLAN, BANQUET, CATERER, SERVICE COMPANY.

GENERALIDADES

INTRODUCCIÓN

Con la inserción de la mujer en el ámbito laboral, se han producido varios cambios en las actividades impulsadoras de desarrollo en cuanto a los factores sociales, puesto que la predisposición de salir adelante las ha impulsado a ser personas productivas representando una de sus mejores oportunidades las empresas de catering, debido a que las mismas implican actividades a las que las mujeres se encuentran naturalmente adaptadas, de esta manera se dará oportunidad a estas personas a fin de satisfacer las nuevas necesidades de la sociedad: además de que esta busca facilitar la organización de sus reuniones sociales, la preparación y distribución de elaboraciones culinarias y la atención calificada y a gusto de los invitados, en un lugar previamente seleccionado por los mismos.

Es por ello que la empresa se plantea conseguir la excelencia y posicionamiento en el mercado, a través la satisfacción de las necesidades de sus clientes, además de cómo se encuentran desarrolladas las mismas y que estas cumplan con las expectativas, brindando un servicio y productos de calidad.

Por lo cual el presente proyecto busca la elaboración de un plan de negocios para la creación de una empresa de catering, eventos y banquetes en la ciudad de Latacunga, cuyo objetivo primordial es el de brindar satisfacción a todos sus clientes de forma especializada y de calidad, partiendo de fundamentos teóricos-prácticos que apoyen la investigación y generen una oportunidad para que la empresa se establezca y posicione en el mercado; creando un negocios rentable a corto plazo.

CAPÍTULO I

1. PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Introducción

Latacunga pese a ser una ciudad pequeña dentro de la provincia de Cotopaxi cuenta con un alto desarrollo florícola siendo éste su motor central de economía e ingresos, además cuenta con varias industrias mineras de caliza y cemento, metalúrgicas, agroindustria, lechera y ganadera. La ciudad cuenta con un aeropuerto internacional para recibir a propios y extraños incrementando así el número de visitantes que la misma posee y permitiendo apreciar la belleza con las que cuenta, en la zona urbana, Latacunga posee varios centros comerciales y mercados en los cuales se rescatan las costumbres antiguas.

En lo referente a empresas hoteleras cuenta con hoteles, hostales y hosterías, que brindan el servicio de hospedaje y restaurante y algunas de ellas el servicio de organización de eventos. En lo referente a empresas de catering es muy escaso el servicio, razón por la cual los habitantes de la ciudad deben contratar dicho servicio de otros lugares.

La empresa prestará el servicio de catering, eventos y banquetes que incluirá la comida, bebida, mantelería, cubiertos, servicio de cocineros, camareros y personal de limpieza posterior al evento.

Por lo expuesto anteriormente se propone la creación de una empresa de catering eventos y banquetes.

También es una ventaja de iniciación empresarial por la oportunidad que se presenta, ya que la ciudad no cuenta con las suficientes casas de banquetes que puedan atender a la demanda creciente. La misma que se debe aprovechar para poder

desarrollarla y conjuntamente con la aplicación de un plan de mercadeo se buscara fortalecer aún más la idea de negocio

1.2. Justificación

El brindar un servicio de catering a la población de la zona urbana de la ciudad de Latacunga contribuirá al desarrollo de la misma, generará fuentes de empleo y a su vez buscará la satisfacción de las necesidades y requerimientos de los ciudadanos, ya que dentro de la misma no se encuentra un servicio profesional de catering.

La ciudad de Latacunga dispone de diversos espacios, lugares atractivos que lamentablemente no son explotados en su totalidad, cuenta con el recurso humano que está en la capacidad de emprender y poder demostrar sus habilidades dentro del campo laboral, por lo que ya no sería necesario el contratar éste tipo de servicios desde ciudades cercanas a la ciudad, sino de saber manejar y conservar nuestros recursos.

La propuesta de creación de la empresa se da principalmente para aprovechar un espacio de construcción; con el fin de implementar y generar un negocio familiar se ha puesto a consideración establecer un negocio de catering para la zona urbana de la ciudad y además ofrecer un servicio de banquetes y eventos dentro del bien inmueble de propiedad familiar, viendo la necesidad de que no existen lugares donde se puedan realizar tales tipos de eventos dentro de la zona.

Además que se contara con eventos temáticos, tales como 15 años, matrimonios, fechas cívicas, fechas religiosas. Lo que muchas empresas buscan para distracción y entretenimiento de sus colaboradores y que en una empresa de catering eventos y banquetes no encuentran.

La creación de la empresa de catering, eventos y banquetes generara fuentes de empleo, que conlleva a una mayor actividad comercial y así a un aporte al país y a la sociedad de la zona y para concluir creara una fuente de ingreso fija. Además podemos decir que los establecimientos de recreación, alimentos y bebidas han crecido en el país y en la provincia de Cotopaxi. El turismo nacional y las actividades comerciales

se han incrementado año tras año por lo que la creación de una empresa de catering eventos y banquetes es una parte para que estas actividades sigan creciendo.

La empresa abastecerá eventos y banquetes a realizarse dentro de la zona y es por ello la idea de creación de este tipo de establecimiento que mejorará el servicio para los habitantes de la ciudad y las empresas que constantemente se establecen dentro de la ciudad.

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Elaborar un plan de negocios para la creación de una empresa de Catering, Eventos y Banquetes en la ciudad de Latacunga provincia de Cotopaxi.

1.3.2. Objetivos Específicos

- Desarrollar la fundamentación teórica que sustentara el tema y la metodología de la investigación.
- Determinar las oportunidades de negocio mediante un estudio de mercado.
- Realizar un estudio técnico, administrativo, operativo, organizacional y legal.
- Realizar un plan de inversión y comercialización para la empresa.

1.4. Hipótesis

¿La creación de la empresa de Catering, Eventos y Banquetes será viable en la ciudad de Latacunga provincia de Cotopaxi?

CAPÍTULO II

2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. Marco teórico

En este capítulo denominado marco teórico se detallara tres ejes principales para la presente investigación el primer punto se enfocará al plan de negocios, como segunda instancia el catering, seguido a esto se enfocará al servicio de banquetes.

En lo que respecta al plan de negocios se enfocarán varios aspectos entre los cuales se encuentran la definición, los diferentes tipos de planes de negocios existentes y las diferentes etapas que lo componen.

Dentro Catering y servicio de banquetes se detallarán definiciones, historia y evolución, características, tipos de servicio, organigramas, mobiliario, proceso de servicio, estructura de menús, ciclo de producción de menús.

2.2. Plan de Negocios

Para (Pinzón, 2003, pág. 58) el plan de negocios es una forma de mostrar los objetivos de negocio, recogidos por escrito en un documento, que desarrolla, sistematiza e integra las actividades, estrategias de negocio, análisis de la situación del mercado y otros estudios que son necesarios para que una idea de negocio se convierta en una empresa viable, y en el cual se recoge la idea de rentabilidad del negocio, el organigrama de la organización, la estructura de capital, la evaluación financiera, las fuentes de financiación, el personal necesario junto con su método de selección, la filosofía de la empresa, los aspectos legales, y su plan de salida.

Según (Jack Fleitman, 2010, pág. 147) un plan de negocio se define como un instrumento clave y fundamental para el éxito, el cual consiste en una serie de

actividades relacionadas entre sí para el comienzo o desarrollo de una empresa. Así como una guía que facilita la creación o el crecimiento de la misma.

De la misma manera para (García, 2012, pag.1) un plan de negocio (también denominado memoria del proyecto) es la plasmación escrita y ordenada de una idea. La estructura permite realizar una reflexión sobre la idea inicial, estructurando la idea inicial y ajustando el proyecto para reducir al máximo los riesgos.

2.2.1. Estructura de un plan de negocios

A continuación se detallará los pasos a seguir que servirán de guía para la elaboración de un plan de negocios según (Oseguera, pág. 127)

- A. Resumen Ejecutivo
- B. Índice
- C. Presentación de la empresa

Condiciones Legales

- Administración
- Ubicación
- Fecha de Fundación
- Condiciones de Financiamiento
- Patentes y Licencias

D. Misión

- Filosofía del negocio
- Metas de Crecimiento
- Metas de utilidades

E. Análisis del sector

- Descripción de los productos
- Especificación de cada producto
- Descripción de los procesos
- Nicho

F. Administración y operación

- Ruta Crítica
- Facilidades
- Producción
- Control de costos
- Atención a clientes
- Sistemas operativos varios

A continuación se detallará la estructura de un plan de negocios para un mayor entendimiento citado por el autor (Oseguera)

A. Resumen Ejecutivo

Se debe escribir después de haber completado el plan de negocio. Se considera una parte muy importante ya que podría ser la única parte que lea el inversionista.

B. Índice

Es el indicador, que permite la ubicación de las diferentes secciones

C. Presentación de la empresa

Dentro de la cual se detallará el nombre, razón social, nombre comercial, descripción del negocio, división del negocio.

- Condiciones legales: En las cuales está la sociedad es decir qué tipo de empresa, socios, Monto de capital.
- Administración: Como está dividida la empresa; representante legal, director general, contador general, responsable de áreas claves.
- Ubicación: Dónde va a estar ubicado el negocio; dirección del negocio, de existir se debe colocar la dirección de sucursales, dirección de las oficinas de ser éstas en otra parte.
- Fecha de fundación: Fecha en la cual inicia la formación de la sociedad
- Condiciones de financiamiento: Cómo se encuentra conformada la inversión, cual es capital disponible, préstamos, condiciones de las obligaciones.
- Patentes y licencias: patente es una forma de propiedad intelectual dentro de este punto se desarrollará el registro de marcas, aprobaciones de licencias y condiciones de renovación de licencias.

D. Misión

Es la filosofía del negocio en el cual se verán las metas de crecimiento y metas de utilidades.

E. Análisis del sector

Aquí se detallará la descripción de los productos es decir el concepto general de lo que se ofrecerá.

- Especificación del producto: podría ser la música, ambientación, luz y sonido, fotografía etc.
- Descripción de los procesos: Se detallará desde la fabricación, compra de materia prima, costeo, contratación del personal etc.
- Nicho: El cual debe poseer las características sociodemográficas

F. Administración y Operación

Se tratará de ver cómo se va a administrar tanto la empresa como los productos que ella ofrece.

- Ruta crítica: Es la descripción de su operación diaria con la definición de sus procesos
- Facilidades: Las facilidades son la ubicación, préstamos, mejoras.
- Producción: Dentro de la producción se deben tomar en cuenta los siguientes aspectos:
 - Proceso de producción: (Escenografía, fotografía, montaje)
 - Empleados: (Número de empleados, puestos, sueldos)
 - Capacidad: Volumen de eventos por número de eventos y cantidad de personas por eventos)
 - Control de costos: Dentro del cual se ven los productos, servicios y eventos.
 - Atención a clientes: Políticas y procedimientos de atención al cliente, procedimientos de manejo de quejas
 - Sistema de Operativos varios: Seguros, renovación y duración de licencias y patentes.

2.2.2. Tipos de plan de negocios

Existen 4 diferentes tipos de plan de negocios según (Weinberger, 2009, pág. 44) los cuales son:

A. Plan de negocios para la empresa en marcha

Por lo general, las empresas en marcha van aumentando sus unidades de negocios con la finalidad de crecer y ser más rentables. Sin embargo, un crecimiento no planificado ni controlado podría causar el fracaso de esta nueva unidad de negocio, o lo que es peor, la quiebra de toda la empresa.

El plan de negocios para una empresa en marcha debe evaluar la nueva unidad de negocio de manera independiente y además deberá distribuir los costos fijos de toda la empresa, entre todas las unidades de negocios, incluida la nueva.

Es muy común encontrar que a las nuevas unidades de negocios no se les asigne costos de seguridad o administrativos, pues consideran que dichos costos ya son cubiertos por la empresa que ya está en marcha.

Por otro lado, el plan de negocio para una empresa en marcha deberá mostrar las fortalezas y debilidades de la empresa y además podrá demostrar la capacidad gerencial del grupo empresarial, cosa que una nueva empresa no está en capacidad de hacer.

B. Plan de negocios para nuevas empresas

Para las nuevas empresas, el desarrollo del plan de negocios se convierte en una herramienta de diseño, y parte de una idea inicial a la cual se le va dando forma y estructura para su puesta en marcha. En ella se debe detallar tanto la descripción de la idea en sí misma, como los objetivos a ser alcanzados, las estrategias a ser aplicadas y los planes de acción respectivos para lograr las metas propuestas. Este plan, en el futuro, se convertirá en insumo para retroalimentar el negocio, ayudando a estimar, corregir y/o instituir las posibles variaciones que se realizarán durante el desarrollo de la empresa.

C. Plan de negocios para inversionistas

El plan de negocios debe estar redactado para atraer el interés de los inversionistas. Por ello, es importante que el documento incorpore toda la información necesaria sobre la idea o la empresa en marcha y sobretodo, datos relevantes que determinen la factibilidad financiera del negocio y el retorno de la inversión, que el inversionista puede obtener al apostar por la idea propuesta. Debe ser claro, sencillo y contener la información relevante para una evaluación financiera confiable.

D. Plan de negocios para administradores

El plan de negocios para los administradores debe contener el nivel de detalle necesario para guiar las operaciones de la empresa. Este plan suele contener mayor nivel de detalle, pues muestra los objetivos, las estrategias, las políticas, los procesos, los programas y los presupuestos de todas las áreas funcionales de la empresa. Mientras que el plan de negocios para los inversionistas no supera las 30 páginas, el plan de negocios operativo suele tener una extensión de 50 a 100 páginas, dependiendo de la complejidad del negocio

Dentro de los diferentes planes de negocios existentes la presente investigación se acoplará a un plan de negocios para la creación de nuevas empresas siendo este un documento guía que permite plasmar la idea inicial de negocio que se desea emprender, el mismo que ayudará a la toma de futuras decisiones para un mejor aprovechamiento de los recursos existentes.

2.3. Catering

En la sociedad actual el concepto de banquete tradicional ha evolucionado hasta lo que hoy conocemos como evento. En celebraciones especiales y en encuentros más cercanos al mundo empresarial se prefiere buscar un entorno singular, que ofrezca un extra de acogida hacia el asistente y le brinde la oportunidad de buscar o tener a elección varios tipos de menús para diferentes ocasiones.

Por ello, en la actualidad se ha optado por no dejar el servicio de un banquete a un establecimiento hotelero, e incluir entre las opciones a elegir el sitio, el menú, el servicio, espectáculos o un servicio en especial, es por ello que las empresas de catering juegan un papel muy especial no solo para prestar sus servicios en el lugar elegido, sino también para la organización íntegra de todo el evento.

De la misma manera para (Alacreu José 2003, pág. 22) las empresas de catering se encargan de la elaboración de alimentos y bebidas para un número de comensales y

fijado con anterioridad de su posterior transporte hasta las instalaciones solicitadas por el cliente.

Para (Sesmero, 2008) El catering además incluye los eventos, que no son más que el incluir un servicio de comida en función de la organización del evento y su duración, se refiere también a la organización, planificación y desarrollo de un servicio de almuerzo, cena, coctel o aperitivo. Constituye el acto social de mayor relevancia en el mercado de reuniones.

Otro de los principales términos que se debe entender en el presente capítulo es el catering; que según el autor (Sesmero 2010, pág., 13), es toda aquella actividad hotelera que tiene como finalidad la producción, realización y posterior ejecución de un servicio de comidas y/o bebidas, esta última en un lugar remoto al centro de producción.

De acuerdo a lo mencionado anteriormente el catering es el servicio de alimentos y bebidas que se puede ofrecer a un determinado grupo de personas, el cual cuenta con un centro de producción y se puede entregar en diferentes lugares.

2.3.1. Clasificación del catering

Según (MELO, GUAMBI. 2004) existen diferentes empresas de catering, la misma que se puede observar en el siguiente cuadro:

Cuadro 1:
Empresas de catering

Empresas de Catering	
Por el sector en el que operan	Aéreo
	Ferrocarriles
	Buques
	Industrias
Por el motivo o razón de aplicación	Social
	Corporativo

Fuente: (Guambi, 2004)

A continuación se realizará una explicación de la clasificación del catering según el sector en el que opera basado en la teoría de (Guambi, 2004)

A. Por el sector en el que operan

- Catering aéreo

Se trata de industrias que preparan en un edificio normalmente separado de las instalaciones del aeropuerto, una serie de alimentos para el consumo de los pasajeros y tripulaciones que vayan a bordo de la aeronave.

Están incluidas dentro de esta categoría a aquellas otras que suministran comidas en los bares, cantinas de los aeropuertos, y que de forma habitual pueden preparar en sus cocinas, alimentos para el consumo a bordo de las aeronaves.

- Catering de ferrocarriles

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

Normalmente en Ecuador ya no se observa este tipo de catering ya que las estaciones del tren únicamente se las utilizan como sitios turísticos y no ofrecen estos servicios.

- Catering de buques

Se trata de industrias que preparan comidas normalmente en edificios situados en los puertos, para consumo por parte de las tripulaciones y pasajeros a bordo de los buques de carga o pasaje.

- Catering industrial

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

A esto se lo denomina catering industrial ya que las características principales es que en la mayoría de los casos los volúmenes de alimentos servidos diariamente son en gran volumen y de estilo casero.

B. Por el motivo o razón de aplicación

- Catering social

Se considera catering social al servicio de alimentos fuera del establecimiento de producción, en lugares escogidos por los clientes y en muchos de los casos en sus domicilios, estos pueden ser: residencias, casas de eventos, haciendas, clubes, etc.

- Catering temático

Sin alejarnos del concepto de catering tradicional y asumiendo los servicios que este presenta, se ofrece a los asistentes algo más: basar el catering en temáticas diversas tales como fiestas romanas, griegas, españolas, argentinas, etc. Ambientando el salón en el que se realizará el evento, amenizarlo con juegos o demostraciones a cargo de profesionales de la cata de vinos, cerveza, coctelería u otros productos.

- Catering corporativo

Se denomina catering corporativo al servicio de comida prestada a clientes que figuran con la denominación de su razón social, es decir que sus clientes son empresas, instituciones que contratan el servicio de abastecimiento de alimentos a sus trabajadores ya sean estos de alimentación diaria o en ocasiones especiales.

Las corporaciones utilizan los caterers para eventos como bufetes de comida fría, en días festivos, picnics, galas entre otros.

2.1.1. Tipos de servicio de catering

En la restauración tradicional, ya sea para colectividades o un grupo de comensales, existe una gran variedad de servicios.

En el siguiente cuadro se detallará el tipo de servicio que se puede ofrecer en un catering tradicional externo y banquetes (Sesmero, 2011)

Cuadro 2:
Tipos de servicio

TIPOS DE SERVICIO	
Servicio a la carta	Servicio a la Francesa
	Servicio a la Rusa
	Servicio a la Inglesa
	Servicio a la Americana
Banquetes	Servicio a la Inglesa
	Servicio a la Americana
	Servicios a la Rusa o a la Francesa (Solo en la mesa presidencial)
Autoservicio y Bufés	Servicio atendidos en mesa (sólo bebidas y retirada o montaje de cubiertos)
	Servicios atendidos en barra(para ayudar al cliente a servir ciertos platos)
	Autoservicios el cliente lo hace todo incluso retirar lo usado

Fuente: (Sesmero, 2011)

A continuación se detallará los tres tipos de servicio que se ofrece en el catering tradicional y banquetes Según el autor (Sesmero, 2011).

A. Servicio a la carta y Banquetes

Servicio a la francesa: Es aquel en que los manjares van a servicio expuestos en una bandeja o placa colectiva, que el camarero muestra a los comensales, para que cada uno de ellos se sirva lo que apetezca. Éste servicio es muy lento a continuación se detallará el montaje para este tipo de servicio.

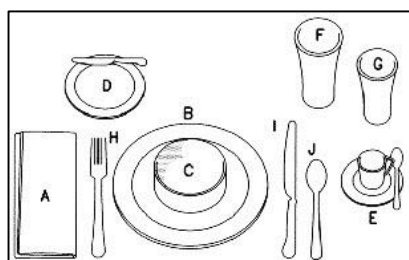


Gráfico 1: Montaje Francés

B. Servicio a la Rusa

Es un tipo de servicio “en vivo”, que consiste en terminar la preparación y montaje de los platos en la sala a la vista del cliente. Para ello los ingredientes del plato a preparar se montan en crudo en una placa y se cocinan en un infiernillo de forma artística y cuidada para abrir el apetito al cliente al que va destinado.

C. Servicio a la Americana

Es el más habitual en la mayoría de los restaurantes y servicios colectivos. Los platos salen ya terminados de cocina y se sirven directamente a los comensales, sin más manipulación en el salón comedor, y a continuación se detallará el montaje para este tipo de servicio.

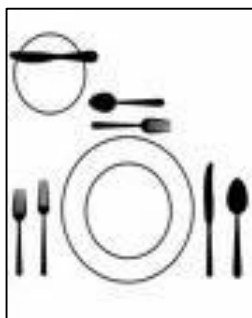


Gráfico 2: Montaje Americano

D. Servicio a la Inglesa

Es similar al servicio a la francesa, pero es el camarero el que sirve a cada comensal desde la bandeja hacia el plato.

E. Autoservicio y Bufés

Son aquellos en que los alimentos son expuestos en vitrinas, “baños maría”, o mesas de forma que los comensales puedan acceder a ellos de forma fácil y servirse todo aquello que gusten.

2.2. Banquetes

(Schmidt, 1997) Dado el incremento de eventos sociales de tipo empresarial, los cuales se llevan a cabo con mayor frecuencia, así como el desarrollo del turismo por lo que se ha propiciado un considerable aumento de banquetes en hoteles, salones de eventos y centro de convenciones, con un sin número de congresos, conferencias, así como reuniones de negocios.

Los servicios de banquetes se pueden definir como aquellos que ofrecen alimentos, bebidas y complementos en el mismo lugar y momento donde se confeccionan, para un número prefijado de comensales, mediante acuerdo expreso sobre el menú y precio global todo incluido (Alacreu, 2001)

(Sesmero 2008, pág. 24), describe al servicio de banquetes es una comida celebrada con ostentación, como una fiesta privada o pública. Puede incluso ser masiva o celebrada al aire libre. Aunque el objetivo genérico de cualquier banquete es la reunión en torno a una mesa y el deleite común de los sentidos, suelen tener un propósito particular, festivo o de celebración, vinculado a alguna ceremonia, especialmente los eventos familiares como las bodas o los banquetes funerarios.

2.2.1. Tipos de banquetes

Según (Scmidt 1997) dice que existen dos tipos de servicio de banquetes los cuales se describen como internos o in house catering y off house catering o externos.

Las empresas que cuentan con un lugar fijo para la realización de eventos sociales, generalmente son quienes ofrecen servicios internos o in house, considerando que además disponen del equipo necesario para la producción de alimentos, personal capacitado, espacio para el evento, esto sin necesidad de pagar renta alguna.

En lo que se refiere a off house es contar con el mismo servicio pero nada es propio, es decir se puede definir como un intermediario para la realización del evento.

Para (Mendieta, 2007) Algunos tipos de eventos por los cuales se realizan banquetes son: bodas, quince años, primeras comuniones, cenas de negocios, celebraciones empresariales, cenas de fin de año, cenas de navidad, congresos, convenciones, viajes de incentivos, graduaciones, presentaciones de productos, conferencia de prensa, cumpleaños, aniversarios, pasarelas, seminarios, inauguraciones, homenajes y explosiones.

2.2.2. Tipos de servicio en banquetes

Además existen 4 tipos de servicio que se realizan dentro de los eventos de banquetes los cuales son:

a. Servicio a plato servido

Con el servicio a plato servido, los invitados reciben sus alimentos en sus asientos. Normalmente, se ofrece una selección de entradas, como carne de res, pollo, pescado o un plato vegetariano y los asistentes eligen su plato antes del encuentro. Esto requiere un trabajo extra en la etapa de planificación del evento, ya que necesitarás realizar un seguimiento no sólo de quienes asistan, sino también de su elección para la cena. Los salones de banquetes a menudo optan por este servicio a pesar de la planificación extra, ya que generalmente se considera el más elegante de los tipos de servicio. Este servicio es generalmente el tipo más costoso de banquete. (Planner, 1999)

b. Servicio de Bufé

Una larga fila de platos calientes y fríos colocados a lo largo de una o más mesas es la característica principal del servicio de bufé. Los invitados forman una o dos líneas y caminan junto a la mesa del bufé, eligiendo la comida que desean. Algunos bufés cuentan con camareros que explican los platillos y sirven porciones directamente sobre los platos de los invitados. Otros bufés son estrictamente de autoservicio o combinan autoservicio con algunas opciones servidas por el personal, tales como carne de res o pavo tallada. El servicio de bufé generalmente es considerado menos elegante que el servicio de plato servido ya que requiere que los invitados busquen su comida por su propia cuenta (Planner, 1999).

c. Servicio en estaciones

El servicio en estaciones es una variación del servicio de bufé y por lo general tiene un costo intermedio entre el precio del bufé y el servicio a plato servido. En un banquete de estaciones, se colocan pequeñas mesas alrededor de la sala de banquetes. Cada estación cuenta con un tipo de alimento y por lo general está atendido por personal que repone la comida y, en algunos casos, la prepara o sirve. Las estaciones pueden incluir una mesa de tortillas en un banquete de desayuno, un bar de sushi o una mesa llena de quesos y embutidos. Este tipo de servicio anima a los invitados a

moverse por el salón y a mezclarse con otros asistentes, sin dejar de tener mesas disponibles para que regresen y disfruten de sus comidas durante la hora programada para la cena. Como el servicio de bufé, las estaciones requieren una planificación mínima, pero debido a que son menos comunes que otros tipos de banquetes, mantienen un toque más elegante que el bufé tradicional, según menciona (Planner, 1999).

d. Servicio en bandejas

El servicio en bandejas reemplaza normalmente a la comida tradicional. Con este tipo de servicio, los camareros circulan a través de la sala de banquetes con bocadoillos en grandes bandejas. Se acercan a los invitados y ofrecen los alimentos y una servilleta. El servicio funciona de forma continua durante un periodo de tiempo, aunque no se puede servir una comida completa. Este tipo de servicio estimula la conversación y por lo general se considera más elegante que un bufé. El costo de un evento de este estilo varía en función de los tipos de alimentos que seleccionas y de cuánto tiempo deseas que se prolongue el servicio. Y puede o no ser más caro que un bufé. Sin embargo, algunas personas esperan comer una comida en un banquete y pueden sentirse decepcionados si se ofrecen sólo las bandejas. (Planner, 1999)

2.3. Menaje

La empresa de catering necesitará al igual que en toda empresa hotelera un abastecimiento de menaje para la realización de los diferentes tipos de eventos a continuación se detallará el mobiliario de una empresa de catering mencionado por el autor (Sesmero, 2011)

2.3.1. Cristalería

Debe tener boca ancha que facilite su llenado y pie suficientemente alto para facilitar su manejo y evitar además el contacto de las manos del camarero y comensal

con el cuerpo de la copa, en cada servicio se utilizarán piezas del mismo juego; la cristalería puede ser de vidrio o de cristal.



Gráfico 3: Partes de una copa

A continuación se detallará los tipos de copas:

- Copa de vino tinto



Gráfico 4: Copa de vino tinto

- Copa de vino blanco



Gráfico 5: Copa de vino blanco

- Copa para champagne



Gráfico 6: Copa de champagne

- Copa de vino generoso



Gráfico 7: Copa de vino generoso

- Copa para destilados de vino



Gráfico 8: Copa para destilados de vino

2.3.2. Cubertería

La variedad de cubiertos se utilizarán teniendo en cuenta la categoría del evento, el número de comensales, y el tipo de servicio, se dedicará un tipo de cubertería, un

material y la posibilidad de dejar listos los mismos en la mesa o ir marcando cada puesto a medida que se van sirviendo los platos.

1. Cuchara para consomé
2. Cuchara para sopas y cremas
3. Cuchara para postre
4. Cuchara para té o café
5. Cuchara o paletita para helado
6. Tenedor para carnes, postres o frutas
7. Tenedor para postres
8. Tenedor para pescado
9. Tenedor para mariscos
10. Cuchillo para carnes
11. Cuchillo para postres o frutas
12. Cuchillo (pala) para pescado
13. Cuchillo para mantequilla

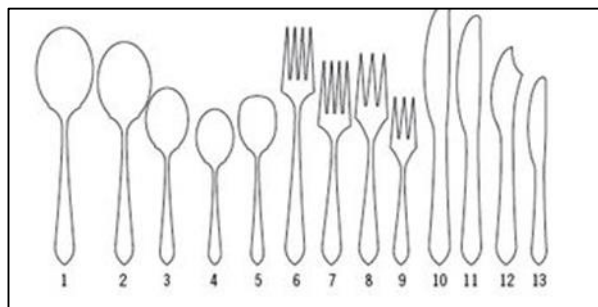


Gráfico 9: Cubertería

2.3.3. Mantelería

Es recomendable para la mantelería usar hilo ya que soporta mejor los lavados, y la caída de este tipo de manteles es más vistosa.

Distintas mantelerías:

Para el correcto montaje de una mesa es recomendable utilizar los siguientes componentes:

- Muletón: Están confeccionados con algodón grueso, se extiende sobre la mesa por debajo del mantel y se sujeta con cintas o elástico.
- Manteles: Los materiales más utilizados son el damasco y el hilo, reservando el crepe para ocasiones muy especiales o salones exclusivos. Los colores utilizados pueden ser innumerables pero los más usuales son los colores claros (blanco, marfil, pastel o tonos muy suaves).

La forma del mantel será según la tabla que se ocupe, las dimensiones de los manteles se utilizarán de igual manera según el tablero que se utilice por lo general debe tener 50 cm más que el tablero de la mesa y tenga una caída de 25 cm.

- Cubre manteles: Es la pieza auxiliar que se coloca en cima del mantel tanto el material como la calidad deben ser análogos, sus dimensiones son menores a las del mantel y su caída no debe ser superior a 5 cm por el exterior de la mesa y su forma será adaptada según el tablero que se utilice.

2.3.4. Servilletas

En los servicios completos, en los que las mesas ya están montadas para atender a los comensales sentados se utilizan servilletas que vayan acorde con la mantelería y colores utilizados, en los servicios en el cual el comensal está de pie es necesario utilizar servilletas de un solo uso o dispensadores.

- Muletillas de servicio

Son pequeñas piezas de lencería que usa el personal de servicio para cubrir la cubertería al momento del transporte garantizando así al comensal higiene en la manipulación.

- Cubre bandejas

Cubre las bandejas garantizando así que la cristalería no se deslice por la misma disminuyendo la posibilidad de rupturas y absorbiendo los líquidos que puedan derramarse.

- Lito

Es un paño cuyas medida oscilan entre un metro o metro y medio de largo y unos treinta o treinta y cinco centímetros de ancho están confeccionados con una tela fuerte y de color blanco y con tejidos de calidad media.

2.3.5. Vajilla

Los materiales más empleados son la plata, el vidrio, la loza y la porcelana, debe ser resistente a las grasas y ácidos que contiene los alimentos, así como la fricción y golpes con los distintos utensilios y cubiertos empleados, deben limpiarse con facilidad y no impregnarse con los sabores y olores de los alimentos.

El montaje debe tener la siguiente vajilla:

- Plato sopero
- Plato trincherero
- Plato de postre
- Plato de pan
- Plato de ensalada
- Palto de té
- Platillo de café
- Tazas de desayuno
- Tazas de té
- Ensaladeras grandes, medianas, pequeñas

- Cochas grandes, medianas, pequeñas
- Boles de cereales
- Tazas de consomé
- Platos de consomé
- Platos de ostras
- Hueveras
- Rabaneras
- Plato de café moka
- Taza de café moka

2.3.6. Mesas

Según los autores (KINTON, Victor, & David, 2000), existen diferentes tipos de mesa según sea su servicio los cuales son:

A. Tipo Banquete o redondas: Utilizadas principalmente para comidas, las mesas de tipo banquete, cuyo nombre se debe a que son redondas, están disponibles normalmente en tres diámetros: 150, 165 y 180.

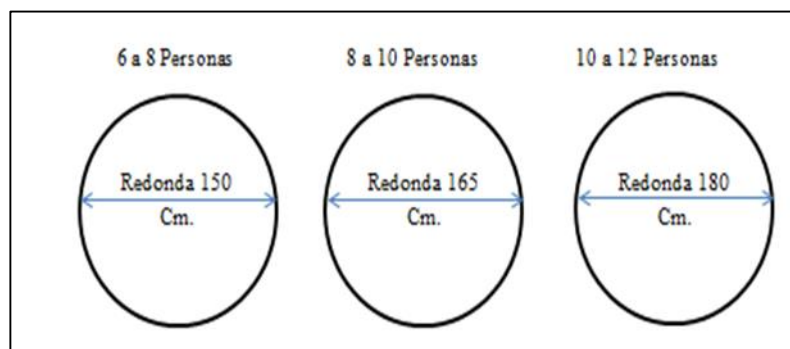


Gráfico 10: Tipos de mesas redondas

B. Tipo conferencia o sala de juntas: Este tipo de mesas es muy flexible porque se prepara con mesas tipo colegio de 1,8 a 2,4 metros para acomodar grupos de cualquier tamaño, aunque va mejor para grupos pequeños.

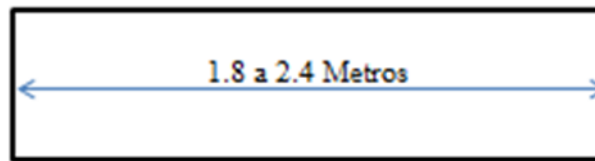


Gráfico 11: Tipo de mesa de conferencia

2.3.7. Sillas

Deben ser cómodas, tanto en el asiento como en el respaldo y estar en consonancia con la decoración del local. La calidad de los materiales tiene que ser excelente, ya que necesita mucha limpieza. Es preferible que no haya juntas entre el asiento y el respaldo porque normalmente se desencolan. Tienen que ser fáciles de guardar y, en la medida de lo posible, apilables. (Alacreu, 2008).

2.4. Proceso del servicio.

La fase del proceso de servicio constituye el momento de la verdad según nos indica (Alacreu, 2008); la prestación del servicio en un evento tiene dos fases: la atención del cliente en la entrada del establecimiento, desde que llega, y su atención durante la realización del servicio, hasta que finalice y se le despida.

A. Atención del cliente en la entrada:

La primera actuación en el proceso de servicio va orientada a dar una correcta atención al cliente en la entrada. Se debe tener en cuenta los siguientes aspectos y detalles, y conseguirlo poniendo los medios adecuados:

- Que el cliente sepa localizar el establecimiento. No debe olvidarse imprimir en el mismo plano el teléfono del establecimiento por si algún cliente se pierde.
- Que el cliente sepa localizar el parking marcándola con la clásica “P” en un plano.

- Si ha llovido y el suelo es de tierra, colocar alfombras, maderas etc., para evitar que los invitados se manchen. También tener personal con paraguas para evitar que los invitados se mojen.
- Si es posible tener aparca - coches, recibir en la puerta principal al coche, abrir la puerta, saludar dando la bienvenida de forma amable y aparcar el coche.
- Recibir a los invitados en el porche o salón de recepción, una vez que han bajado del coche, efectuar los servicios de guardarropa y acompañarlos indicándoles el salón del aperitivo, dónde deben recibirlos los camareros con bebidas con o sin alcohol.
- No hay que hacer pasar a los invitados al salón sin previa consulta con el responsable del evento.
- Cuando llegue la persona o personas objeto del evento, deben ser recibidas por el director del mismo en la puerta del local. En caso de ser una boda, se puede invitar a los novios ya casados a pasar a una sala privada de descanso.
- Cuidar que el personal sea muy amable en sus respuestas a los invitados: el “no se” o la respuesta equivocada no existen.
- Cuidar el tiempo que debe durar el aperitivo ni en exceso ni en defecto
- Puede haber personal concreto especificando la mesa de colocación del invitado según una lista de mesas elaborada previamente.
- Llegado el momento de pasar a la mesa, el personal, de forma amable, lo irá indicando discretamente.

Hay que tener en cuenta que todos los detalles expuestos que han de cuidarse en toda actuación inicial de un evento pueden variar según el tipo de evento que se trate.

B. Atención al cliente durante el servicio

- El personal de servicio ayudará a los comensales a acomodarse, abriéndose las sillas a las señoras, personas mayores y niños, como atención de cortesía.
- Una vez sentados los comensales se acomodará a la presidencia con una atención personalizada por parte del jefe de comedor o su sustituto, pidiendo posteriormente el comienzo del servicio.

- Una vez se inicia el servicio, lo primero que servirán los camareros será agua y vino, preguntando a los clientes si quieren algún refresco. Seguidamente se entra en la cocina y se sacan las bandejas o platos, sirviendo siempre a las mujeres en primer lugar.
- En todo momento se han de rellenar las copas de agua y vino, ya que nunca pueden quedar vacías.
- El jefe de comedor calcula las plazas reales y las compara con las contratadas, dando la orden a los camareros de ofrecer repetición del género que sobre.
- El jefe de comedor da la orden de retirar los primeros platos. Éste se llevará a cabo según los cánones, es decir, se limpiarán los platos cuando se recojan amontonándolos bien para evitar roturas y trabajo en la cocina.
- Se saca el segundo plato cuando el jefe de comedor así lo ordene, emplatándose en los guaridones y sirviéndose según lo establecido. Además se rellenarán copas, procurando no abrir más botellas de las que se necesiten.
- El jefe de comedor observará si hay alguna persona a quien no le guste el plato servido y aplicará la comunicación activa cambiándoselo si fuera necesario.
- Una vez terminado el segundo plato, se procederá del mismo modo que se hizo con el tercero, liquidando los vinos que queden en la mesa.
- Se cambia al cava retirando primero el tercer plato, según los cánones establecidos, es decir, limpiando las mesas de pan y restos y dejando las copas de vino, agua y cava. A continuación, se ordenará el postre, rellenando la copa de cava.
- Después se retira el postre y se procede al servicio de la tarta, dándole el mayor boato posible si es de boda. Posteriormente, se retirarán los platos y se toma de los cafés, recordando quien lo pidió, y sirviendo siempre a las señoras primero. Los camareros se quedarán en el rango en espera de retirar el café.
- Si hay barra libre, habrá que estar pendiente de las mesas y no subir las sillas ni retirarlas mientras quede alguien, ya que esto causaría un efecto nefasto en los comensales, quienes podrían tener la sensación de que se les está echando del local.
- Durante todo el tiempo que dure la prestación del servicio, es importante recordar el cambio de ceniceros constante y la atención activa y personalizada a los clientes.

C. Recogida final y terminación del servicio

Al final del evento celebrado, hay que tener en cuenta una serie de aspectos importantes para cerrar el servicio de forma eficaz, con respecto a salón- comedor, guardarropa, parking, atención a las necesidades de los clientes y al procedimiento de facturación y cobro.

D. Procedimiento fin del servicio

Desde el punto de vista interno de la organización, las actuaciones que se realizan en esta fase consiste básicamente en:

- Ayudar a ordenar el material en el office y, si es posible, recogerlo para su control y almacenaje.
- Desmontar el mobiliario si fuera necesario y sustituirlo en el lugar apropiado.
- Recoger y entregar los alimentos o las bebidas sobrantes no utilizadas.
- Anotar incidencias del servicio

Sin embargo, además de estas actuaciones con las que se finaliza el servicio, hay que tener en cuenta otras que, desde un punto de vista externo (desde el punto de vista del cliente) son de suma importancia para evitar que toso el esfuerzo realizado hasta el momento no se pierda como consecuencia de descuidos finales.

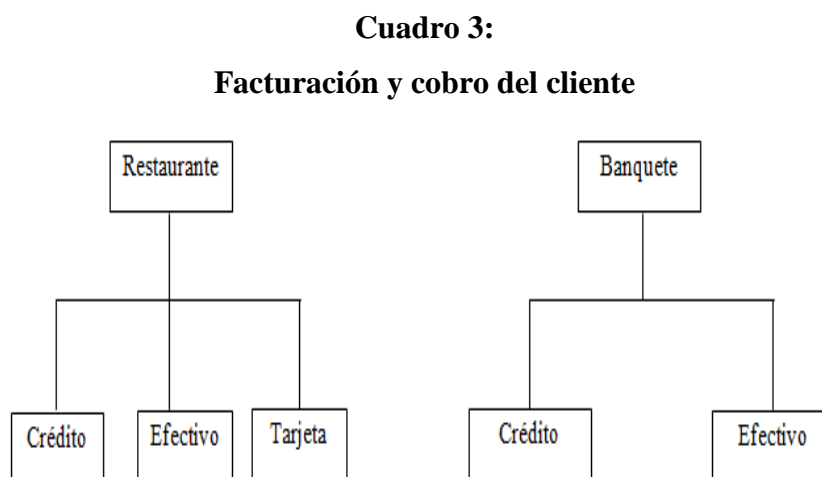
Los detalles que hay que cuidar en esta fase son los que se detallará a continuación:

- Con respecto al servicio de guardarropa.
- Es necesario que se entreguen las prendas y objetos con agilidad; se deberá reforzar el personal, si es necesario.
- No deben de cometerse errores o confusiones en las prendas que se entrega.
- Con respecto al servicio de parking.
- Se deberá entregar el vehículo a cada cliente sin error y con agilidad (en el caso de que haya servicio de aparca – coches).

- Que no se hayan producido raspaduras y se devuelven en el mismo estado que se entregaron.
- Que no se hayan producido robos en los coches.
- Con respecto a la atención del cliente.
- A los invitados se les acompañará hasta la puerta y se les despedirá, según dictan las normas de atención con “extrema amabilidad”
- La despedida del protagonista del evento (novio, etc.) deberá hacerla el director del evento, constatando su satisfacción.
- Si algún invitado le surge algún problema, deberá encontrar algún empleado que se lo solucione con amabilidad, prontitud y eficacia.
- Si algún invitado necesita un taxi, tiene que localizarse con prontitud y, si no se encuentra el taxi, deben darse las explicaciones oportunas, buscando otras soluciones.

E. Procedimiento de facturación y cobro

Existen pequeñas diferencias en la facturación y cobro del cliente según se trate del evento según (Di Muro, 2007) como queda esquematizado en el cuadro 3:



Fuente: (Di Muro, 2007)

2.5. Menú

El termino menú tomado por (Alacreu, 2008) es una palabra que proviene del francés y significa “lista detallada”. Se entiende por menú el conjunto de todos los productos que se ofrecen en un establecimiento, tanto comidas como bebidas.

El menú es un importante instrumento de trabajo. Sirve para dos cosas esenciales:

- A. Saber qué materias primas se deben comprar
- B. Informar al cliente de los productos que se ofrecen y sobre los cuales ha de recaer su elección.

2.5.1. Estructura del menú

Un menú debe tener 4 partes según (KINTON, Victor, & David, 2000) las cuales se detallan a continuación:

- **Extensión:** No existe relación entre la extensión y la calidad de un menú. Si en un menú es demasiado reducido el cliente puede mostrar su desagrado al ser insuficiente la posibilidad de elección, si el menú es demasiado amplio puede contener un gran número de platos con una calidad mediocre.
- **Diseño:** El diseño del menú impreso complementará la imagen, la atmósfera y la decoración del restaurante o comedor.
- **Lenguaje:** Resulta importante describir los platos con exactitud de forma que el cliente pueda identificarlos.
- **Presentación:** La forma en que es presentado el menú al cliente determinará con frecuencia una reacción inicial ante el mismo. Una presentación brusca e improvisada (en forma oral o escrita) puede ser una mala presentación y reducir las expectativas de la comida.

2.5.2. Planificación de un menú

Para la planificación de un menú según (KINTON, Victor, & David, 2000) debe tenerse en cuenta los siguientes factores:

- Tipos de establecimiento.- Las variaciones serán considerables, por ejemplo; entre menús para hoteles y restaurantes de cinco estrellas, comidas escolares, cantinas de trabajadores con intensa actividad manual u hospitales.
- Tipo de cliente.- Especialmente para fiestas privadas, para celebraciones de cumpleaños, conferencias para personas mayores, visitas de estudiantes extranjeros asistentes a un banquete, todos precisan de una atención personal.
- Normas Religiosas.- Si se solicita (catering para judíos o musulmanes): el desconocimiento o la falta de comprensión pueden ser origen de una ofensa cometida de forma inocente.
- Preferencias por el consumo o no consumo de carne
- Época del año.- Deberá tenerse en cuenta la temperatura ambiente ya que ciertos platos adecuados con tiempo frío pueden no ser aceptable en pleno verano.
- Suele ser mejor el suministro de los alimentos de temporada y su precio es más razonable.
- Platos especiales en determinados días (Navidad, Noche vieja).
- Hora del Día.- Desayuno, desayuno tardío, almuerzo, té, merienda cena, banquete, cena, bocadillo, o fiesta especial.
- Margen de precios.- De manera que los clientes encuentren un equilibrio entre calidad y precio
- Número de platos.- Varía de acuerdo con todas las consideraciones anteriores.
- Secuencia correcta de los platos.- Importante para que el menú sea equilibrado
- Lenguaje apropiado.- Utilizar un lenguaje que pueda ser comprendido por los clientes.
- Equilibrio nutritivo apropiado.- Si es ofertada una selección de platos con diversos contenidos nutritivos entonces los clientes pueden realizar sus propias elecciones.

- No repetir los alimentos.- En un menú nunca deben repetirse ingredientes básicos tales como, setas, tomates, guisantes, beicon; si es usado un ingrediente básico en un plato no volverá aparecer en ningún otro plato del menú.
- No repetir sabores.- Si se utilizan condimentos fuertes como cebolla, ajo, o hierbas tales como tomillo, salvia u hojas de laurel, no repetirlos en más de un plato.
- No repetir colores.- El color del alimento es importante para estimular el apetito, aunque debe evitarse la repetición de colores.
- Textura de los platos.- Asegurar su variación (los alimentos no deberán ser todos blandos o todos crujientes, sino equilibrados).
- Salsas.- Si en un menú se sirven salsas diferentes, variará el ingrediente fundamental de cada salsa, por ejemplo, caldo reducido, semihelado, velouté, crema, mantequilla espesada, yogur.

2.5.3. Ciclo de producción del menú

En el siguiente cuadro podremos observar el ciclo de producción de un menú

Cuadro 4:
Flujo del ciclo de producción del menú



Fuente: (Feijóo, García & Degrossi, 2009)

Producción: (Feijoó, García & Degrossi, 2009), mencionan el primer paso para controlar las compras es hacer contacto con proveedores que cubran las necesidades de la empresa. Los proveedores deben ser seleccionados de acuerdo a ciertos lineamientos, y es importante contar permanentemente con un “Informe de Mercado” de los distintos proveedores, que le permita ver la evolución de los precios que tienen las distintas materias primas.

Recepción: (Feijoó, García & Degrossi, 2009) Se debe tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- Inspección de mercadería
- Cotejar contra orden de compra
- Controlar peso, tamaño, cantidad, estado, aspecto, etc.
- Distribución en las áreas de almacenamiento

Realizar un almacenamiento apropiado y una correcta rotación de inventario.

La recepción adecuada debe exigir que la calidad, la cantidad y el precio se ajusten a lo solicitado en la orden de compra y se registre debidamente.

Almacenamiento: Almacenamiento de Bebidas Alguna se debe tomar en cuenta lo siguiente:

- Temperatura e iluminación adecuada
- Correcta estiba
- Subdivisiones por tipos

Almacenamiento de Alimentos Secos se debe tomar en cuenta lo siguiente:

- Temperatura ambiente
- Las materias primas almacenadas serán granos, especias, latas, empaquetados, etc.

Refrigerador de Lácteos y Secos se debe tomar en cuenta lo siguiente:

- Sala refrigerada
- Las materias primas almacenadas serán leche, manteca, queso, lechuga, apio, etc.

Refrigerador de Carnes Secos se debe tomar en cuenta lo siguiente:

- Uso dentro de los próximos tres días
- Las materias primas almacenadas serán carnes, aves, pescados y mariscos

Distribución: Desde el almacén se distribuye la mercadería a los diferentes sectores del Departamento de Alimentos y Bebidas. La distribución puede ser:

- Distribución indirecta: Significa que la compra se entrega al sector que la ha solicitado (por ejemplo: la cocina) sin almacenamiento previo. El sistema considera que estos productos, que normalmente son perecederos, no necesitan pasar por el Almacén.
- Distribución directa: (desde el Almacén) En este caso son todos los artículos que recibe el Almacén y desde allí se distribuye a los distintos sectores, cuando son solicitados.

Producción: (Foster, 1995) menciona que para la correcta producción de A&B es importante identificar lo siguiente:

- Personal de producción de A&B: El personal de producción de alimentos, también llamado personal de cocina en una operación de alimentos y bebidas pequeñas, es responsable de la planeación, preparación y administración de costos de todas las comidas que se sirven en el lugar.
- Diseño de cocinas y flujo de trabajo: Una cocina bien diseñada permite la eficiencia en el trabajo.
- Higiene de la cocina: El manejo adecuado de los alimentos y la higiene son factores críticos en el área de preparación de alimentos. El hotel o restaurante puede tener

sus propias políticas y procedimientos. El personal de preparación de alimentos debe vestir uniformes, cubrirse el cabello y usar sólo utensilios sanitarios. La preparación de alimentos atrae bacterias e insectos. El personal de la cocina debe estar siempre en guardia contra la posibilidad de contaminación de los alimentos.

Servicio: (Foster, 1995) menciona que para el correcto servicio de A&B es importante identificar lo siguiente:

El personal de servicio de alimentos: El personal de producción de alimentos es responsable de preparar los platillos, pero el personal de servicio de alimentos tiene la responsabilidad de servir estos platillos a los huéspedes o clientes. Generalmente el personal de servicio está distribuido de la siguiente manera: un Gerente de restaurante, Subgerente, anfitriones y meseros.

Documentación de órdenes: Tomar la orden del cliente (comandas).

Servicio de comidas: Cuando la orden está lista para servirse, el mesero la lleva a la mesa. Por tradición, los platillos se sirven desde el lado izquierdo de los huéspedes, siempre que sea posible. Durante la comida, el personal de servicio bien entrenado vigila constantemente las necesidades y el avance de cada huésped, quitando los platos en cuanto terminan un platillo y llenando los vasos de agua y las tazas de café. Cuando la comida está por terminar, se entregan al cajero las copias duplicadas de la cuenta del huésped o cliente para que calcule el total y verifique los cargos. Después se presenta la cuenta al cliente.

Es común usar una carpeta como cortesía al entregar la cuenta, para ocultar el monto a los otros clientes.

2.5.4. Organigramas del Departamento de Alimentos y Bebidas

En el siguiente organigrama del área de alimentos y bebidas se detallan los diferentes departamentos que existen dentro del mismo.

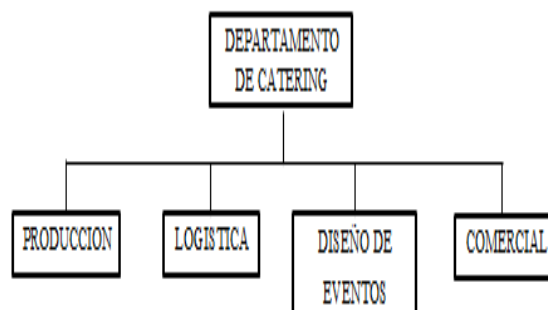
Cuadro 5:
Organigrama estructural del Departamento de alimentos y bebidas



Fuente: (Di Muro, 2007)

2.5.5. Organigrama del Departamento de catering.

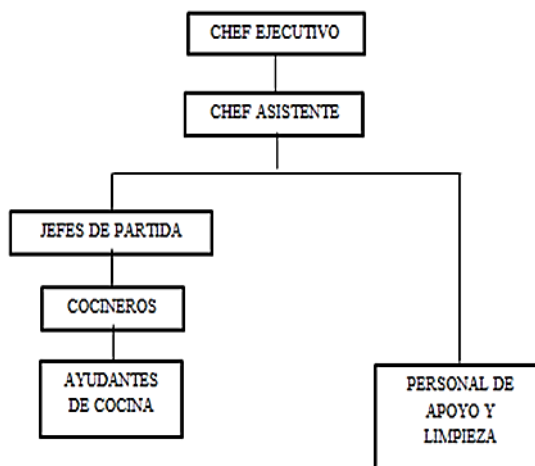
Cuadro 6:
Organigrama Estructural del departamento de catering.



Fuente: (Sesmero, 2011)

2.5.6. Organigrama de la cocina

Cuadro 7:
Organigrama estructural de la cocina



Fuente: (Di Muro, 2007)

2.5.7. Descriptivo de los puestos

A continuación se detallarán las funciones que deben cumplir las personas que conforman una empresa de catering según las normas INEN del Ecuador. (INEN, 2008)

- Organizador de eventos:
 - Identificar el Evento
 - Comercializar espacios y servicios de eventos
 - Coordinar pre – evento
 - Coordinar la realización del evento
 - Coordinar post – evento
 - Asegurar la rentabilidad
 - Operar equipos
 - Velar por la seguridad y privacidad de los clientes y participantes.
 - Asegurar la satisfacción del cliente

- Mesero:
 - Recibir y acomodar el cliente en la mesa
 - Servir al cliente a la mesa
 - Atender la mesa ocupada
 - Actuar como nexo entre el cliente y las diferentes áreas del establecimiento
 - Cuidar de la seguridad de los alimentos
 - Finalizar la atención y recibir el pago
 - Asegurarse de la satisfacción del cliente
 - Cuidar de la presentación personal
 - Apoyar al equipo

- Chef de cocina:
 - Planificar y controlar la cocina
 - Elaborar programación de la cocina
 - Elaborar el menú o carta
 - Crear recetas y preparar platos
 - Administrar existencia (Stock) y consumo
 - Administrar al equipo
 - Supervisar cuidados de higiene personal y seguridad de los alimentos
 - Representar a la organización

- Chef de partida:
 - Apoyar al chef de cocina en la administración de existencias (stock) y control de consumo de productos
 - Orientar a los ayudantes en la realización de cortes y preparación de carnes, aves, caza, mariscos, pescado y vegetales
 - Cocinar, asar, freír, rehogar, saltar, guisar y gratinar alimentos

- Preparar, montar y presentar platos calientes y fríos de la cocina nacional e internacional
- Supervisar el montaje de servicio
- Cuidar del área de trabajo, planificar y organizar el propio trabajo
- Operar equipos y maquinaria
- Cuidar de la higiene, seguridad alimentaria y presentación personal
- Apoyar al equipo

CAPÍTULO III

3. ANÁLISIS DE MERCADO

En éste capítulo se elaborará una investigación de campo, para realizar una segmentación del mercado y determinar la demanda actual. Se obtendrá la muestra y la recopilación de información e interpretación de resultados, seguido a los pasos anteriores se realiza un análisis de la demanda, la misma que nos permitirá proyectarla. De igual manera la metodología señala elaborar un análisis de la oferta, para determinar la oferta actual y proyectar la misma. Una vez determinada la oferta y la demanda se obtendrá la demanda insatisfecha, dentro de la cual se identificará el mercado objetivo, y por último dentro del presente capítulo se analizará la comercialización en la cual se detalla el producto, precio, plaza, promoción, persona, evidencia física.

3.1. Análisis de la Demanda

Demanda

“La demanda es la cantidad de bienes y/o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos, quienes además, tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido” (Wordpress, 2006).

3.1.1. Segmentación del mercado

Es el proceso de división del mercado en subgrupos homogéneos, pero distintos entre sí, con el fin de llevar a cabo una estrategia comercial diferenciada para cada uno de ellos, que permita satisfacer de forma más efectiva sus necesidades y alcanzar los objetivos comerciales de la empresa. (Risco, 2013, pág. 151)

En este caso se detalla a continuación en el siguiente cuadro la segmentación de mercado del proyecto:

Cuadro 8:

Segmentación del Mercado

VARIABLES DE SEGMENTACIÓN	SEGMENTO
Geográficas	Sector Urbano
	Ciudad de Latacunga
Socioeconómicas	Provincia de Cotopaxi
	Población Económicamente Activa
	Ciudad de Latacunga
	Provincia de Cotopaxi

Fuente: (Risco, 2013)

Elaborado por: Veloz Andrea

Variables para la segmentación de mercado

(Risco, 2013) Menciona que existen 4 variables para segmentar el mercado que son:

- Variables Demográficas: Se segmenta al mercado en función de la edad, sexo, estado civil, tipo de familia, tamaño de la familia.
- Variables socioeconómicas: Se segmenta el mercado en función del nivel de renta, educación, ocupación o profesión y clase social.
- Variables Geográficas: Se considera el tipo de mercado (nacional, regional, local).
- Variables psicográficas: Según características de la personalidad (extrovertido, introvertido, dependiente, independiente, conservador, liberal, progresista, líder, imitador, sensible, agresivo).

Por lo tanto el segmento de mercado al cual está dirigido el estudio de mercado es para la población económicamente activa de la ciudad de Latacunga Provincia de Cotopaxi.

3.1.2. Demanda Actual

a. Población y muestra

Partiendo de estos datos tomados por la página del INEC se puede identificar a la población total de Cotopaxi entre hombres y mujeres es 409.205, y de Latacunga es de 170.489; teniendo así que la ciudad de Latacunga tiene el 41,66% de habitantes. Para determinar el universo se tomará como referencia a la población económicamente activa de la ciudad teniendo un total de 173.099 en Cotopaxi y 72.113 en Latacunga.

Tabla 1
Población

Población			
Indicador	48.5% Porcentaje de Hombres	51.5% Porcentaje de Mujeres	Total Hombres y Mujeres
Población Total de Cotopaxi	198464	210741	409205
Población Total de Latacunga	82687	87802	170489
PEA Cotopaxi	83953	89146	173099
PEA Latacunga	34975	37138	72113

Fuente: (INEC, 2010)

Elaborado por: Veloz Andrea

Ecuación

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

En donde:

N= Es el tamaño de la población 72113

S²= La desviación estándar será de 0.5.

Z^2 = Expresa el nivel de confianza con el que trabajaremos 95%, lo que en la tabla Z equivale a 1.959963985 a nivel práctico será 1.96.

e^2 = Representa el error que será del 5%, es decir 0.05.

n = Será el tamaño de la muestra, es decir el número de personas que serán encuestadas

$$n = \frac{72113 * 0.5^2 * 1.96^2}{0.5^2 * (72113 - 1) + 0.5^2 * 1.96^2}$$

$$n = \frac{69260.21}{181.24}$$

$$n = 382$$

3.1.3. Técnicas de recopilación de Información

a. Encuesta Definitiva

Se realizó una encuesta, compuesta por un objetivo y dividida en dos partes la primera se denomina información personal del encuestado en la cual se enfoca a preguntas de información básica como sexo, edad, ocupación e ingresos promedio y en la segunda parte denominada cuestionario se realizaron preguntas para conocer gustos y preferencias de los encuestados enfocados al servicio de banquetes y catering en la ciudad de Latacunga. Ver anexo

b. Aplicación de la encuesta

Una vez determinada la muestra se procedió a realizar 382 encuestas enfocadas a la población urbana de la ciudad de Latacunga.

c. Ingreso de la información al SPSS

Después de hacer una revisión de las encuestas llenas, se procedió a codificar los datos en el programa SPSS, se ingresaron los datos de las 382 encuestas realizadas, para obtener resultados reales, claros y precisos.

d. Análisis e Interpretación de Resultados

Según la información obtenida después de realizar la investigación de campo se obtiene que el 93,7% de los encuestados contrataran el servicio de banquetes y catering.

¿Contrataría usted una empresa que le brinde el servicio de banquetes para un evento social?

Tabla 2
Contrataría el servicio

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válidos	SÍ	356	93,2
	NO	26	6,8
	Tota l	382	100,0

Elaborado por: Veloz, A.

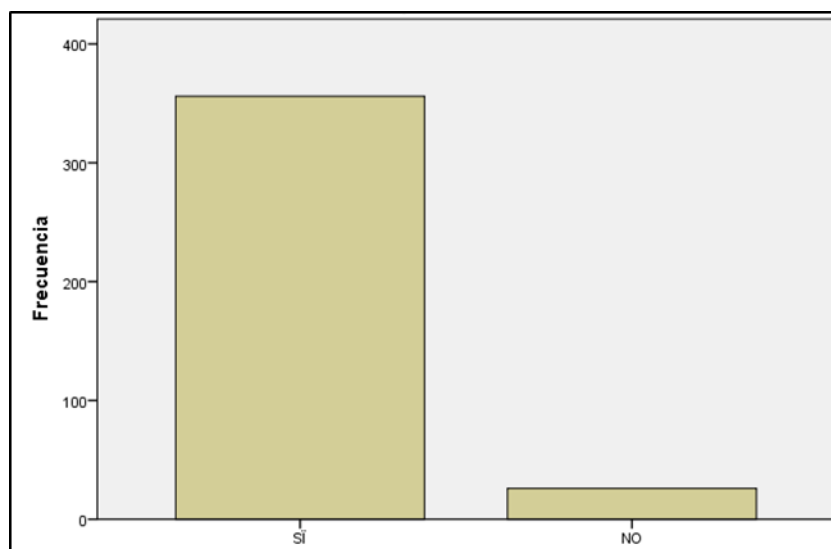


Gráfico 12: Contrataría el servicio

Elaborado por: Veloz, A.

A continuación se muestra en la siguiente tabla las personas que han contratado anteriormente el servicio de banquetes y catering.

¿Usted ha contratado anteriormente una empresa que le brinde el servicio de banquetes y eventos sociales?

Tabla 3
Contratación del servicio

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válidos	SI	236	66,3
	NO	120	33,7
	Total	356	100,0

Elaborado por: Veloz, A.

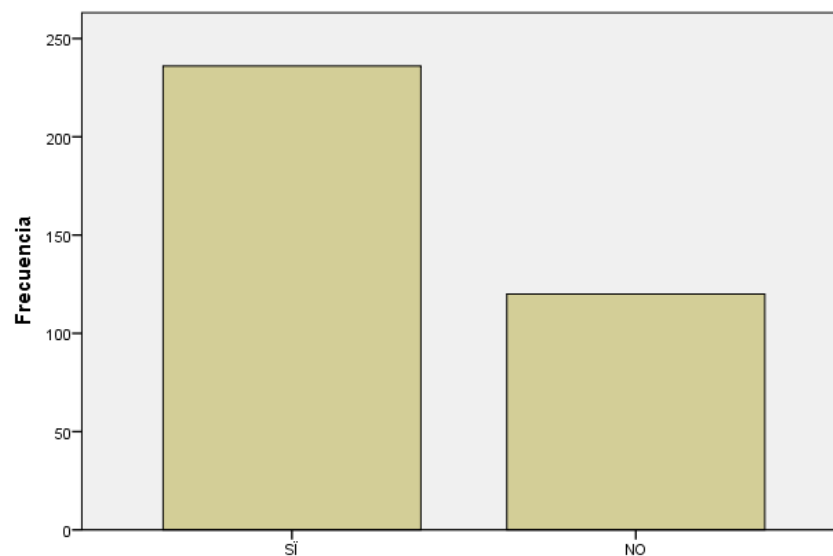


Gráfico 13: Contratación del servicio

Elaborado por: Veloz, A.

De acuerdo a la investigación realizada del 100% de las personas encuestadas el 66.3% si ha contratado el servicio de banquetes y eventos y el 33.7% no ha contratado este tipo de servicio, de los datos generados se puede deducir que las personas saben y han recibido este tipo de servicio.

¿Cómo califica el servicio proporcionado?

Tabla 4
Calificación del servicio

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válidos	Excelente	71	30,1
	Bueno	117	49,6
	Regular	36	15,3
	Malo	12	5,1
	Total	236	100,0
Total		382	

Elaborado por: Veloz, A.

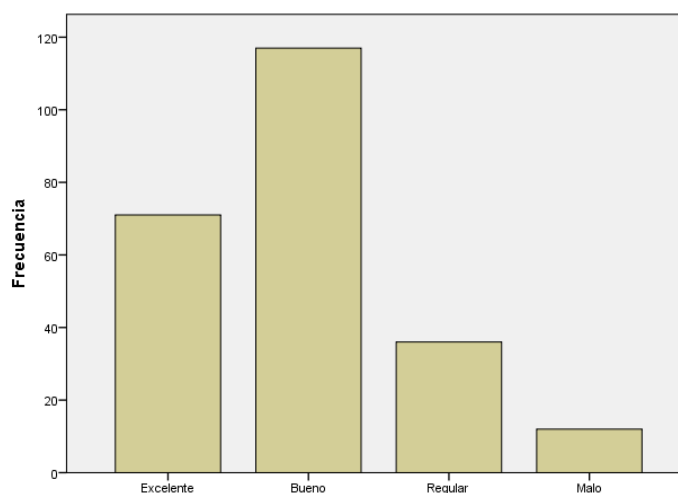


Gráfico 14: Calificación del servicio

Elaborado por: Veloz, A.

Análisis

Del 100% de la población encuestada el 49,6% han recibido un servicio bueno, el 30,1% de la población ha recibido un servicio excelente, el 15,3% de la población ha recibido un servicio regular y el 5,1% han recibido un servicio malo.

Se puede deducir que la percepción de las personas que han recibido el tipo de servicio de banquetes y eventos está en una categoría satisfactoria es decir que no supera sus expectativas.

¿En qué ocasión contrataría este tipo de servicio?

Tabla 5
Ocasión

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válidos	Sólo para un evento social muy importante (boda, bautizo, 15 años)	270	75,8
	Otro tipo de evento social	42	11,8
	Baby shower	6	1,7
	Cumpleaños	10	2,8
	Reuniones	10	2,8
	Grados	18	5,1
	Total	356	100,0

Elaborado por: Veloz, A.

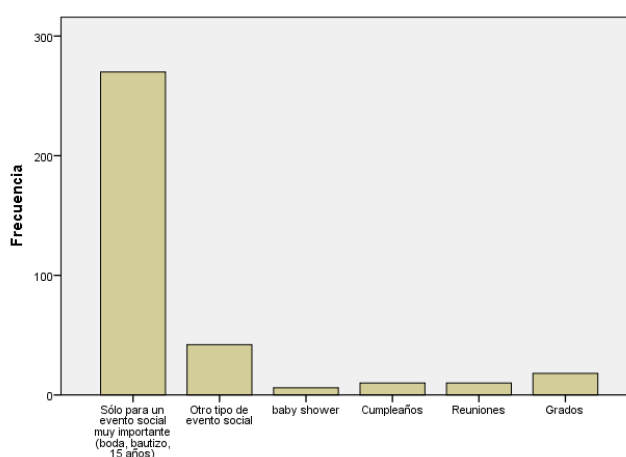


Gráfico 15: Ocasión

Elaborado por: Veloz, A.

Del 100% de las personas encuestadas el 75.8% contrataría este tipo de servicio en (bodas, bautizos, 15 años), el 11.8% de la población contrataría el servicio en otro tipo de evento social no especificado, el 5.1% contrataría el servicio en grados, el 2.8% de la población contrataría el servicio en reuniones y cumpleaños, y el 1.7% de la población contrataría el servicio en baby shower.

Según los datos generados, se deduce que al momento de la creación de los productos que se van a ofertar se debe hacer énfasis en las actividades que no están muy saturadas, porque será aquí donde se tendría mayor acogida.

¿Qué es más importante para usted al momento de prestarle el servicio?

Tabla 6
Importancia

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válidos	Que tenga experiencia dentro de la organización de eventos	151	42,4
	Que ofrezca nuevas opciones	77	21,6
	Que tenga buenos precios	44	12,4
	Que esté cerca donde va a realizar su evento	14	3,9
	Que tenga variedad en los productos que ofrece	70	19,7
Total		356	100,0

Elaborado por: Veloz, A.

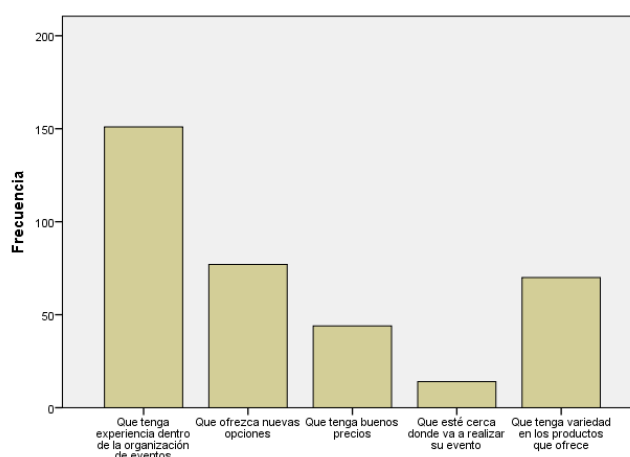


Gráfico 16: Importancia

Elaborado por: Veloz, A.

Análisis

Del 100% de las personas encuestadas el 42.4% de la población busca la experiencia al momento de organizar un evento, el 21.6% busca nuevas opciones de servicio, El 19.7% busca variedad en los productos, el 12.4% busca buenos precios y el 3.9% de la población busca la cercanía del lugar.

De los datos generados, se puede deducir que se debe dar nuevas alternativas de productos para la satisfacción de las necesidades y gustos de las personas a nivel cantonal.

¿Cuál sería el principal elemento que la empresa de banquetes y eventos Sociales le gustaría que le ofrezca?

Tabla 7
Principal Elemento

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válidos	Animación	97	27,2
	Menaje	154	43,3
	Imagen	64	18,0
	Transporte	23	6,5
	Otros	18	5,1
	Total	356	100,0

Elaborado por: Veloz, A.

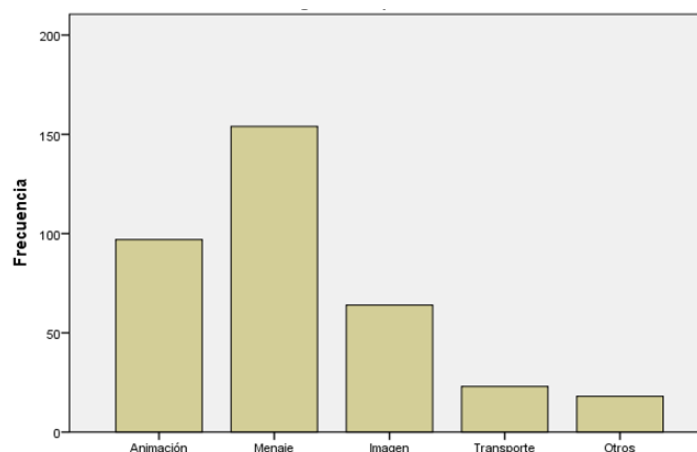


Gráfico 17: Principal Elemento

Elaborado por: Veloz, A.

Análisis

Del 100% de las personas encuestadas el 43.3% el principal producto que se debería ofertar en la empresa es el menaje, el 27.2% buscaría la animación, el 18% busca la imagen en el evento, el 6.5% busca el transporte y el 5.1% busca otros servicios no especificados.

De los datos que se reflejan se puede deducir que se debe brindar asesoría antes, durante y después del evento, de todos los elementos que componen el servicio.

¿Cómo le gustaría a usted que fuera la forma de pago del servicio?

Tabla 8
Forma de Pago

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válidos	Efectivo	130	36,5
	Tarjeta de crédito	211	59,3
	Otro especifique	15	4,2
	Total	356	100,0

Elaborado por: Veloz, A.

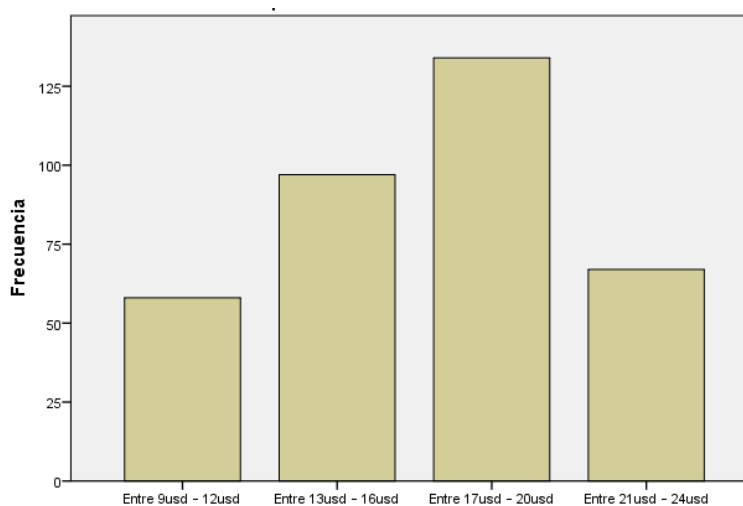


Gráfico 18: Forma de Pago

Elaborado por: Veloz, A.

Análisis

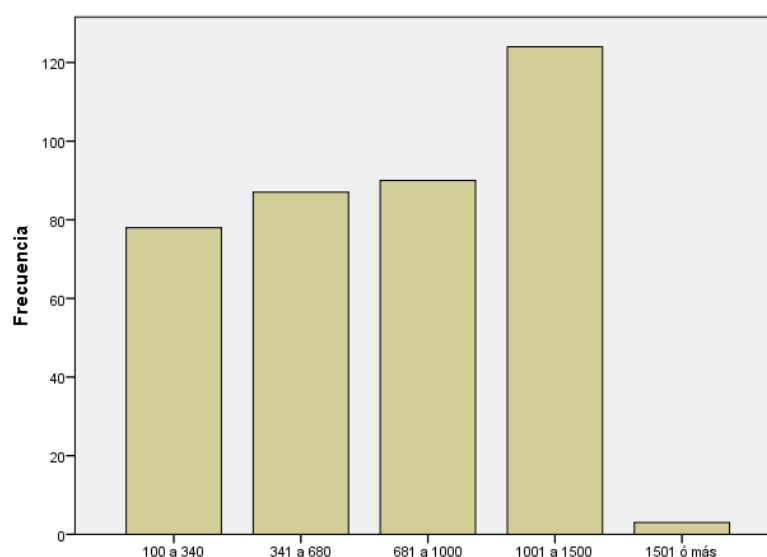
El 55,5 % de los encuestados señalan que la forma de pago sería mediante tarjeta de crédito y el 34,2% señalan que prefieren cancelar en efectivo.

De los resultados que se generaron, se deduce que en la ciudad de Latacunga se está generando una nueva forma de pago el cual genera comodidad de pago en las personas.

Tabla 9**Ingreso**

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válidos	100 a 340	78	20,4
	341 a 680	87	22,8
	681 a 1000	90	23,6
	1001 a 1500	124	32,5
	1501 ó más	3	,8
	Total	382	100,0

Elaborado por: Veloz, A.

**Gráfico 19: Ingreso**

Elaborado por: Veloz, A.

Análisis

Del 100% de los encuestados el 20,4% de la población su ingreso promedio esta entre \$100 y \$340, el 22.8% de la población su ingreso promedio está entre \$341 y \$680, el 23.6% de la población posee ingresos entre \$681 y \$1000, el 32.5% de los encuestados su ingreso promedio esta entre \$1001 y \$1500, y el 0.8% de los encuestados tiene un ingreso promedio de \$1501 o más.

De los datos generados se puede deducir que la economía de las personas encuestadas es media alta.

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar, por persona, por un buffet, cena o banquete para un evento social?

Tabla 10
Valor a Pagar

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válidos	Entre 9usd – 12usd	58	16,3
	Entre 13usd – 16usd	97	27,2
	Entre 17usd – 20usd	134	37,6
	Entre 21usd – 24usd	67	18,8
	Total	356	100,0

Elaborado por: Veloz, A.

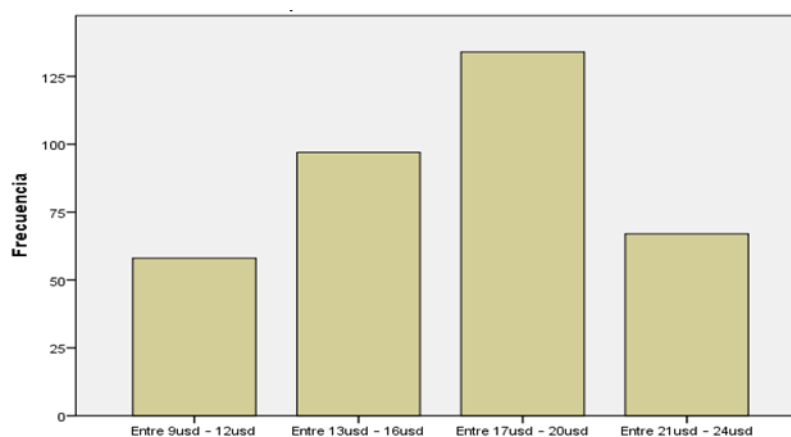


Gráfico 20: Valor a pagar

Elaborado por: Veloz, A.

Análisis

Del 100% de las personas encuestadas el 37.6% estarían dispuesto a pagar entre \$17 y \$20, el 27.2% pagarían entre \$13 y \$16, el 18.8% pagarían de \$21 a \$24 y el 16.3% pagarían entre \$9 a \$12.

Se deduce que a pesar que la economía de las personas encuestadas es media alta, desean un producto económico bajo, variedad y de calidad.

e. Proyección de la Demanda

La demanda se ha proyectado tomando en cuenta que la misma crece en un 33% anual.

El 33% anual se obtiene sacando un promedio de la demanda de los años 2012 y 2013.

Tabla 11
Proyección de la demanda.

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	
Año	Número De Consumidores
2012	93448
2013	101088
2014	134447
2015	178815
2016	237823
2017	316305
2018	420686
2019	559512
2020	744151

Elaborado por: Veloz, A.

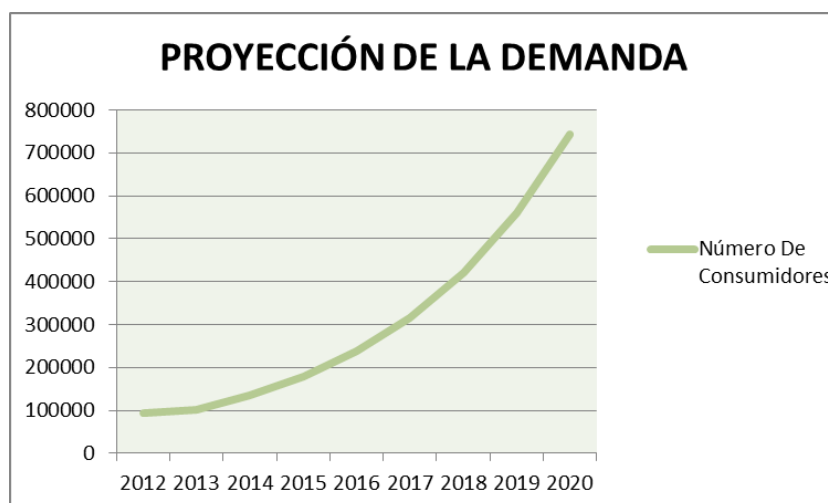


Gráfico 21: Proyección de la demanda

Elaborado por: Veloz, A.

f. Demanda Actual De Servicio

En base a la investigación de campo que se realizó en cada establecimiento se obtuvo el número de clientes que asistieron anualmente a los eventos realizados durante los años 2012 y 2013; y para el 2014 se estableció un índice de crecimiento calculado en base a los dos años anteriores dando como resultado que la misma crece un 33%.

Tabla 12

Demanda actual del servicio

DEMANDA ACTUAL	
Año	Número de consumidores
2012	93448
2013	101088
2014	134447

Elaborado por: Veloz, A.

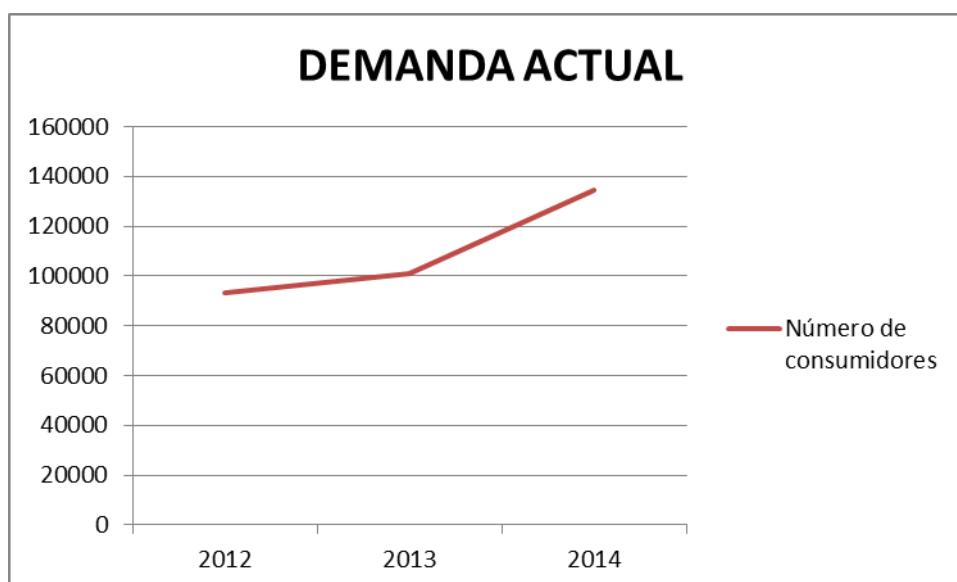


Gráfico 22: Demanda Actual

Elaborado por: Veloz, A.

- **Análisis de la oferta**

Para poder analizar la oferta en el centro de la ciudad de Latacunga, se realizó un estudio de mercado en el cual se clasifico a los establecimientos que prestan servicios de alimentación, tipo restaurante y dentro de ellos que ofertan además de sus productos estrella el servicio de eventos, banquetes y catering y se llegó a la conclusión que son 9.

Todos los establecimientos dentro de sus ofertas para eventos cuentan con: alimentación, bebida, mantelería, cristalería, cubertería, meseros, música, para un mejor entendimiento del tipo de servicio que se oferta se clasificarán por:

- Precio

Tabla 13

Precio

GRUPO A	GRUPO B
BAMBÚ RECEPCIONES	CONDEL
FLAMBÉ	LAS DELICIAS DEL CHEF
D'FRAGOLÉ	RECEPCIONES SAN LUIS
EL FOGÓN	RECEPCIONES LA COLINA
PARADERO LA FINCA	

Elaborado por: Veloz, A.

En el análisis del precio que ofertan los establecimientos se han dividido en dos grupos dentro del grupo A constan los locales que su oferta es desde \$20,00 hasta \$24,00 el menú, y en el grupo B se encuentran aquellos cuyo valor es desde \$8,50 hasta \$17,00.

- Imagen y Ambientación

Tabla 14
Imagen y Ambientación

GRUPO A	GRUPO B	GRUPO C
BAMBÚ RECEPCIONES FLAMBÉ	EL FOGÓN	LAS DELICIAS DEL CHEF RECEPCIONES SAN LUIS
D'FRAGOLÉ PARADERO LA FINCA	CONDEL	RECEPCIONES LA COLINA

Elaborado por: Veloz, A.

Dentro de la imagen y ambientación que ofrecen los establecimientos se han dividido en tres grupos tomando en cuenta la infraestructura y la decoración que posee el mismo.

- Capacidad

Tabla 15
Capacidad

GRUPO A	GRUPO B	GRUPO C
RECEPCIONES SAN LUIS RECEPCIONES LA COLINA	D'FRAGOLÉ	LAS DELICIAS DEL CHEF FLAMBÉ
EL FOGÓN	CONDEL	PARADERO LA FINCA
BAMBÚ RECEPCIONES		

Elaborado por: Veloz, A.

Para analizar la capacidad de los establecimientos se ha dividido en tres grupos el grupo A son los que tienen una capacidad mayor a 200 personas, en el grupo B constan los de capacidad hasta 120 personas, y en el grupo C son los que tienen capacidad para 60 personas.

- Periodo de duración del servicio

Tabla 16
Periodo de duración del servicio

4-5 HORAS FLAMBÉ	6-8 HORAS EL FOGÓN	8- EN ADELANTE RECEPCIONES SAN LUIS
PARADERO LA FINCA	BAMBÚ RECEPCIONES CONDEL	
D'FRAGOLÉ	LAS DELICIAS DEL CHEF RECEPCIONES LA COLINA	

Elaborado por: Veloz, A.

En la tabla 16 se ha tomado en cuenta el periodo de duración que los establecimientos ofrecen a sus clientes como se puede observar Recepciones San Luis es el establecimiento que ofrece más horas de servicio y uso de las instalaciones y la mayoría de los prestadores tienen una duración de 6 a 8 horas cabe recalcar que la mayoría de los establecimientos cumplen con la normativa de la ley ya que su uso es hasta las 2 AM como la ley lo permite.

- Servicios adicionales

Tabla 17
Servicios Adicionales

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	BRINDIS		GUARDIA		ARREGLOS FLORALES		PARQUEADERO		DESCORCHE	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
EL FOGÓN	x		x		x		X		x	
PARADERO LA FINCA		X	x			x	X		x	
BAMBÚ RECEPCIONES	x		x		x		X			x
RECEPCIONES SAN LUIS	x		x		x			x		x
RECEPCIONES LA COLINA	x		x		x			x		x
FLAMBÉ	x			X		x		x	x	
LAS DELICIAS DEL CHEF		X		X		x		x		x
D'FRAGOLÉ		X		X		x		x	x	
CONDEL		X		X	x			x	x	

Elaborado por: Veloz, A.

En la tabla 17 se detallan los servicios adicionales que los prestadores de servicio ofrecen podemos observar que 5 de los 9 establecimientos brindan a sus clientes brindis sin ningún cargo adicional, de igual manera 5 de los establecimientos cuentan con el servicio de guardianía para los vehículos, la mayoría de los establecimientos tienen un arreglo floral por mesa, así mismo 3 de los prestadores cuentan con

parqueadero propio, y finalmente 5 de los establecimientos dan un cargo extra a sus clientes por descorche y 4 de ellos no tienen valor adicional por el mismo.

3.1.4. Oferta actual

“La oferta es la cantidad de productos y/o servicios que los vendedores quieren y pueden vender en el mercado a un precio y en un periodo de tiempo determinado para satisfacer necesidades o deseos del consumidor” (Wordpress, 2006).

- Número y Capacidad de los competidores

La investigación realizada generó los siguientes resultados de los posibles competidores que existen dentro de la ciudad de Latacunga, tomando en cuenta aquellos que constan y no constan dentro del catastro de prestadores de servicio de la ciudad de Latacunga.

- Número y Capacidad de Producción de los Proveedores.

La investigación realizada generó la siguiente información detallada en el siguiente cuadro.

Tabla 18
Proveedores de Servicio de Catering y Banquetes en el Centro de la Ciudad de Latacunga

PROVEEDORES DE SERVICIO DE CATERING Y BANQUETES EN EL CENTRO DE LA CIUDAD DE LATACUNGA								
NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	REGISTRADO CATASTRO		AÑO	CATEGORÍA	DIRECCIÓN	CAPACIDAD	PRECIO	FRECUENCIA DE EVENTOS AL MES
	SI	NO						
EL FOGÓN	X		2013	RESTAURANTE	Av. Unidad Nacional y Leopoldo Pino	250	\$ 20,80	4
			2012	RESTAURANTE				
PARADERO LA FINCA	X		2013	RESTAURANTE	Panamericana sur Km 1 1/2	80	\$ 22,00	2
BAMBÚ RECEPCIONES	x		2013	RECEPCIONES	César Dávila y Remigio Cordero	250	\$ 23,00	7
RECEPCIONES SAN LUIS		x			General Proaño.	500	\$ 13,00	7
RECEPCIONES LA COLINA		x			Av. Unidad Nacional	300	\$ 14,00	7
FLAMBÉ		x			Calle Clemente Yerovi y Velasco Ibarra	60	\$ 24,00	3
LAS DELICIAS DEL CHEF		X			Av. Roosevelt y Av. Atahualpa	60	\$8,50 - \$10,00	2
D'FRAGOLÉ		X			Avenida Unidad Nacional	110	\$16,00 - \$25,00	3
CONDEL		X			Marquéz de Maenza y San Isidro Labrador	120	\$ 17,00	2

Elaborado por: Veloz, A.

Empresas que brindan el servicio en la Ciudad de Latacunga

- Restaurante El Fogón:

El restaurante el Fogón está ubicado en la Avenida Unidad Nacional y Leopoldo Pino, el Fogón cuenta con dos salones de recepciones teniendo así una capacidad para 250 comensales el restaurante brinda paquetes de \$20,80 dentro del cual está incluido un menú que consta de entrada, plato fuerte y postre; dentro del cual se pueden elegir diversas opciones para el comensal; de la misma manera se ofrece 2 bandejas de arroz, 2 jarras de agua y una de cola, arreglos florales para cada mesa las cuales tienen espacio

para 8 personas, mantelería, cristalería, cubertería y vajilla; el restaurante el Fogón tiene a disposición de sus clientes parqueadero para 60 vehículos, dentro de los gastos extras cuentan con discomóvil durante 6 horas y meseros por un costo adicional de \$120,00, el descorche por botella es de \$5,00 y \$ 1,50 por cada botella de agua adicional, cuentan con servicio de bocaditos y pastel de igual manera por un costo adicional; el salón de eventos se alquila por una duración de 8 horas y sus clientes pueden hacer uso de sus instalaciones hasta las 2 de la mañana según lo establecido por la ley Restaurante El Fogón consta dentro del catastro de prestadores de servicios turísticos de los años 2012 y 2013.

- Paradero La Finca:

El paradero de la Finca está ubicado en la Panamericana sur Km 1 ½ vía a Salcedo cuenta con el servicio de restaurante, cafetería y adicional un salón de recepciones, La Finca ofrece un paquete de \$22,00 incluido IVA el cual contiene una entrada, plato fuerte, postre y una gaseosa, ofrece el servicio de meseros, mantelería (sujeta a lo que el restaurante dispone), cristalería, cubertería, vajilla, parqueadero, cabe recalcar que el salón de eventos de La Finca está disponible solo para eventos de medio día solo los días sábados y el uso de las instalaciones es hasta las 7 PM. Los gastos adicionales por parte del cliente son: descorche. Restaurante La Finca consta dentro del catastro de prestadores de servicios turísticos del año 2013.

- Bambú Recepciones

Bambú recepciones está ubicado en las calles César Dávila y Remigio Romero, cuenta con el servicio de eventos, banquetes y catering además cuenta con mantelería, cristalería, cubertería y vajilla propia. Dentro de su paquete de \$23,00 sin IVA ofrece entrada, plato fuerte, postre, arreglo de flore, brindis, agua mineral, estación de cafetería, discomóvil, meseros y cuenta con un parqueadero para 40 vehículos adicional obsequia un sorbet de frutas y una serenata. La capacidad máxima es de 250 personas, el uso de las instalaciones es lo establecido por la ley 2 AM.

Bambú recepciones tiene a disponibilidad su salón de eventos para la realización de talleres, seminarios, conferencias y conversatorios, adicional ofrecen refrigerio y almuerzo por un valor de \$9,00 y \$12,00 por dos refrigerios y un almuerzo con servicio de agua para los comensales, pizarra de tiza líquida, amplificación, servicio e isla de bebidas calientes si lo requiere. Dentro de la política Bambú recepciones no tiene precio adicional por descorche.

Cabe señalar que Bambú recepciones consta en el catastro de prestadores de servicios turísticos de los años 2012 y 2013

- Recepciones San Luis

Recepciones San Luis está ubicado en la Avenida Oriente y General Proaño cuenta con dos locales con capacidad de 120 personas en la planta baja y 500 personas en la segunda planta, ofrece un paquete de \$13,00 por persona el cual consta de entrada, plato fuerte, postre, 2 botellas de agua 1 de gaseosa, caramelos, brindis, bizcotelas, 6 horas de música, arreglo de flores, mantelería a elección, 2 guardias y el uso de las instalaciones hasta la hora que el comensal desee.

Recepciones San Luis no consta dentro del catastro de prestadores de servicios turísticos.

- Recepciones La Colina

Recepciones la Colina está ubicado en la avenida Unidad Nacional a pocos metros de la entrada a las Bethmitas, cuenta con dos salones de eventos con capacidad de 250 personas cada uno, dentro del salón principal cuenta con proyector de video y tres pantallas en cada una de sus paredes, La Colina ofrece paquetes de \$13,00 por persona el cual consta de entrada, plato fuerte, postre, bebidas durante el evento, guardia de seguridad, meseros, mantelería, cristalería, cubertería, vajilla, arreglo de flores con base de cristal, dj, maestro de ceremonia, sonidista, a parte ofrece una orquesta por cada 220 personas, como pre servicio cuenta con la degustación de los platos para sus

futuros clientes en el cual se puede elegir el menú; La Colina no cobra adicional el descorche de ninguna clase de bebida.

Recepciones La Colina no consta dentro del catastro de prestadores de servicios turísticos.

- Flambé

Restaurante Flambé está ubicado en las calles Clemente Yerovi y Velasco Ibarra tiene un local con capacidad para 60 personas ofrece paquetes desde \$19,00 hasta \$24,00 el cual consta de entrada, plato fuerte, postre, agua o gaseosa, cristalería, cubertería, vajilla, cuentan con un parlante para amplificación, meseros, brindis, adicional tiene un descorche de \$13,00, el uso de las instalaciones y del servicio es de 4 horas.

Restaurante Flambé no consta dentro del catastro de prestadores de servicios turísticos.

- Restaurante Las Delicias Del Chef

Restaurante Las Delicias del Chef está ubicado en la Av. Roosevelt y Av. Atahualpa cuenta con un local con capacidad para 60 personas en el cual incluye música, mantelería, cristalería, cubertería, vajilla por un costo desde \$8,50 hasta \$10,00 según el menú que se elija. Las Delicias Del Chef ofrecen servicio de catering para cualquier lugar de la ciudad y cualquier tipo de evento. Cabe recalcar que sí el cliente desea contratar el servicio de catering el mismo debe alquilar todo lo que respecta a sillas y mesas el servicio se termina una vez que los comensales hayan terminado la alimentación.

Restaurante Las Delicias Del Chef no consta dentro del catastro de prestadores de servicios turísticos.

- Restaurante D'fragolé

Restaurante D'fragolé está ubicado en la Avenida Unidad Nacional tiene un local con capacidad para 110 personas, ofrece paquetes desde \$16,00, \$20,00, \$25,00 e incluye entrada, plato fuerte, postre, agua o gaseosa, mantelería, cristalería, cubertería, vajilla, cuentan con un parlante para amplificación, adicional tiene un descorche de \$5,00, y dentro del paquete no incluye arreglos de flores, el horario de atención del Restaurante es hasta las 12:00 AM.

Restaurante D'fragolé no consta dentro del catastro de prestadores de servicios turísticos.

- Restaurante Condel

Restaurante Condel está ubicado en las calles Marqués de Maenza y San Isidro Labrador, cuenta con un local para 120 personas, ofrece paquetes de \$17,00 en los cuales brinda, entrada, plato fuerte, postre, agua o gaseosa, vino, mantelería, cristalería, cubertería, vajilla, arreglo de flores, adicional tiene un descorche de \$4,00 si es una bebida fuerte y \$3 el vino. El horario de atención del Restaurante es hasta las 02:00 AM. A partir de 50 personas se obsequia un discomóvil durante 5 horas.

Restaurante Condel no consta dentro del catastro de prestadores de servicios turísticos.

La oferta actual se ha determinado tomando en cuenta el número de eventos semanal que tienen los establecimientos y se tomó en cuenta la capacidad promedio que tienen los establecimientos, que se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 19
Determinación de la oferta

Determinación de la Oferta					
Año	Establecimiento	Capacidad promedio por Local	Oferta Promedio semanal 3 Ev. Semanal	Oferta Mensual	Oferta Anual
2012	7	170	1190	4760	57120
2013	9	170	1530	6120	73440
2014	9	170	1530	6120	73440

Elaborado por: Veloz, A.

Tabla 20
Oferta Actual

OFERTA ACTUAL	
Año	Capacidad de personas
2012	57120
2013	73440
2014	73440

Elaborado por: Veloz, A.

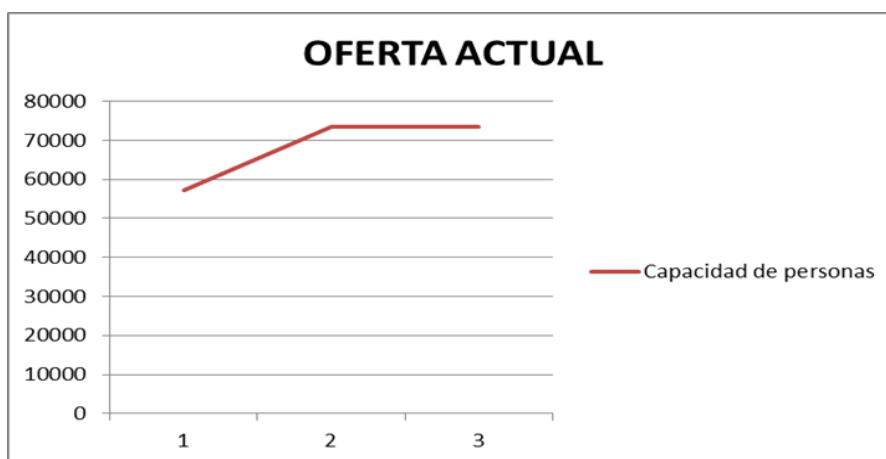


Gráfico 23: Oferta Actual

Elaborado por: Veloz, A.

3.1.5. Proyecciones de la Oferta

Desde el año 2012 hasta el año 2014 existen 9 empresas de catering y banquetes dentro de la ciudad de Latacunga iniciando este estudio con 6 empresas las cuales son las más antiguas dentro del mercado como lo son Restaurante el Fogón, Paradero La Finca, Recepciones Bambú, Flambé, D´Fragole y San Luis, la empresa la Colina inicia su negocio en el año 2012 y por último Condell y las delicias del Chef son fundadas en el 2013 y teniendo así un total de 9 empresas para el año 2014.

Para determinar la oferta anual se ha realizado una proyección determinando que la capacidad de los establecimientos en la ciudad de Latacunga tienen un promedio 170 personas y que se realiza 3 eventos semanales, por lo cual dicho resultado se ha proyectado por doce meses del año y de esta manera llegamos a la oferta anual.

Tabla 21
Proyección de la Oferta.

PROYECCIÓN DE LA OFERTA	
Año	Capacidad de personas
2012	57120
2013	73440
2014	73440
2015	89597
2016	109308
2017	133356
2018	162694
2019	198487
2020	242154

Elaborado por: Veloz, A.

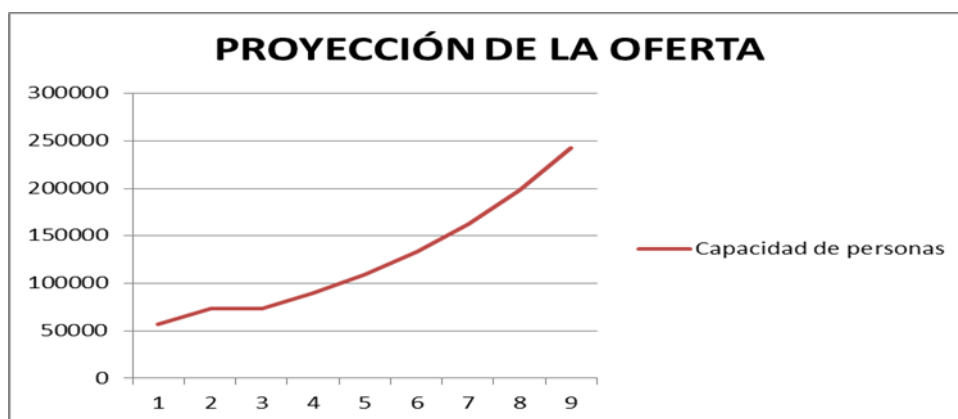


Gráfico 24: Proyección de la Oferta

Elaborado por: Veloz, A.

La oferta se ha proyectado tomando en cuenta que la misma crece en un 22% anual.

El 22% anual se obtiene sacando un promedio de la oferta de los años 2012 y 2013.

Tabla 22

Porcentaje de crecimiento de la Oferta

Cálculo de porcentaje de crecimiento Oferta						
Años	Oferta	Crecimiento 2011-2012	Crecimiento 2012-2013	Crecimiento 2013-2014	Sumatoria	% Promedio de crecimiento
2011	48960	16,67	28,6	0,00	45,2	22,6
2012	57120					
2013	73440					
2014	73440					

Elaborado por: Veloz, A.

- **Determinación de la demanda insatisfecha.**

Tabla 23
Demanda Insatisfecha

Año	Oferta	Demanda	DEMANDA INSATISFECHA Número de Clientes	Captación del Mercado (20%)
2012	57120	93448	36328	
2013	73440	101088	27648	
2014	73440	134447	61007	
2015	89597	178815	89218	17844
2016	109308	237823	128515	25703
2017	133356	316305	182949	36590
2018	162694	420686	257992	51598
2019	198487	559512	361025	72205
2020	242154	744151	501997	100399

Elaborado por: Veloz, A.

Para el proyecto se ha considerado tomar el 20% de la demanda insatisfecha ya que los mismos son las personas que han calificado el servicio como regular y malo según las encuestas realizadas siendo éste el mercado objetivo.

- **Comercialización**

“Es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar”. (Urbina, Evaluación de proyectos, 1997).

Según los datos arrojados por la encuesta realizada tenemos lo siguiente:

3.1.6. Producto

La empresa oferta los siguientes servicios:

Banquetes

- Matrimonios
- Bautizos

- 15 Años

Catering

- Cumpleaños
- Baby Shower
- Reuniones
- Grados

Los elementos que conforman el servicio son los siguientes:

- Menaje
- Animación
- Ambientación
- Transporte
- Meseros
- Alimentación
- Asesoría

3.1.7. Precio

El precio se estimó de acuerdo a la competencia y a la capacidad de consumo que poseen las personas encuestadas.

Tabla 24

Análisis del precio según la competencia

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	PRECIO
EL FOGÓN	\$ 20,80
PARADERO LA FINCA	\$ 22,00
BAMBÚ RECEPCIONES	\$ 23,00
RECEPCIONES SAN LUIS	\$ 13,00
RECEPCIONES LA COLINA	\$ 14,00
FLAMBÉ	\$ 24,00
LAS DELICIAS DEL CHEF	\$8,50 - \$10,00
D'FRAGOLÉ	\$16,00 -\$25,00
CONDEL	\$ 17,00

Elaborado por: Veloz, A.

Resultados de la pregunta: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar, por persona, por un buffet, cena o banquete para un evento social?

Tabla 25
Análisis del precio según encuestas

		Porcentaje
Válidos	Entre 9usd – 12usd	16,3
	Entre 13usd – 16usd	27,2
	Entre 17usd – 20usd	37,6
	Entre 21usd – 24usd	18,8
	Total	100,0

Elaborado por: Veloz, A.

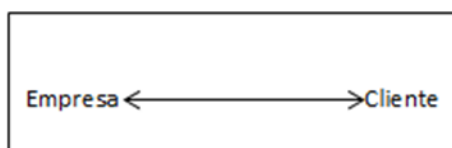
De acuerdo a los precios en el mercado en lo que respecta a este servicio se ha estimado un precio máximo de 22,00 Dólares, en función de la competencia, además en la encuesta realizada se muestra en que los consumidores estarían dispuestos a pagar entre 17,00 y 20,00 Dólares.

3.1.8. Plaza

El local va a estar ubicado en el barrio San Carlos en la Av. Roosevelt y Av. Atahualpa.

3.1.9. Promoción

El canal de distribución va a ser directo



Los medios de publicidad son:

- Folletería
- Redes Sociales
- Página Web
- Boca a Boca

3.1.10. Persona

- Clientes
- Personal Administrativo
- Personal Operativo

3.1.11. Evidencia Física

Pre - Evento

- Contratación con el 50% antes del evento
- Asesoría Técnica
- Logística
- Montaje
- Planificación del Evento

Evento

- Ejecución del Evento
- Desmontar
- Limpieza

Post- Evento

- Medición de la satisfacción del cliente
- Pago del 50% del evento realizado

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico se realizará con el objetivo de verificar si la propuesta será viable técnicamente, además si el servicio que se prestará cumple con los requerimientos adecuados. También se realiza a fin de determinar el tamaño, localización, y organización; de igual manera en el presente capítulo se detalla la ingeniería del proyecto. (Xuletas, 2008)

Además de resolver ciertas interrogantes sobre el proyecto es decir el cómo, cuándo, donde, en cuanto al proyecto y a la parte operativa, por lo cual es importante realizar este estudio y comprender las relaciones que existen entre los aspectos característicos del proyecto.

En el cuarto capítulo se detallará el estudio del proyecto, la ingeniería del mismo el cual ayudará la elaboración del estudio financiero y de esta manera se podrá tomar una decisión de inversión, además de que mediante este se podrá determinar aspectos de vital importancia para el desarrollo del mismo.

4.1. Localización del Proyecto

La localización del proyecto se refiere al lugar que se eligió para el desarrollo del mismo, ya que se podrá determinar si el lugar escogido brindará rentabilidad y viabilidad al proyecto dependiente estratégicamente de su ubicación geográfica y del tamaño que demande el proyecto.

Para la elaboración de la matriz de ubicación se tomó como referencia al autor (Urbina, 1995), para la realización de la matriz se tomaron en cuenta seis aspectos principales en tres diferentes lugares los cuales son San Carlos, calle Belisario Quevedo, y calle 2 De Mayo; se debe dar un peso expresado en porcentajes lo cual refleja en su total el 100% de igual manera una calificación tomando en cuenta los

cinco factores siendo el número 5 la calificación más alta. Finalmente se realiza una ponderación la cual se debe multiplicar el peso expresado en porcentaje por la calificación asignada dividido para 100; para elegir el lugar propicio para la ubicación del proyecto se debe tomar en cuenta el total de la ponderación que más se acerque al número 5.

Tabla 26
Matriz de ubicación

Factor de Localización	Peso (%)	Alternativas de Localización					
		ZONA A		ZONA B		ZONA C	
		San Carlos		Bellisario Quevedo		2 de Mayo	
		CALIF.	POND.	CALIF.	POND.	CALIF.	POND.
Ubicación	25%	4	1	2	0,5	3	0,75
Construcción de la edificación	20%	4	0,8	3	0,6	1	0,2
Servicios Básicos	10%	5	0,5	2	0,2	4	0,4
Espacio Físico	20%	5	1	4	0,8	2	0,4
Proximidad de materias primas	15%	4	0,6	2	0,3	3	0,45
Seguridad	10%	5	0,5	2	0,2	2	0,2
TOTAL	100%		4,4		2,6		2,4

Elaborado por: Veloz, A.

En la tabla 26 la cual corresponde a la matriz de la ubicación se puede observar que la mejor ubicación del proyecto es en la zona A la cual corresponde a San Carlos ya que cuenta con la mejor calificación con relación a los diferentes aspectos mencionados anteriormente.

4.1.1. Macro Localización

Después del análisis realizado para la ubicación del proyecto se ha determinado que el lugar donde se va a realizar el proyecto es en la provincia de Cotopaxi, ciudad Latacunga, parroquia Ignacio Flores, barrio San Carlos.

El lugar elegido se debe a la caracterización de varios factores entre los cuales se encuentran:

- La facilidad para la obtención de los productos
- El acceso a los proveedores
- Competencia indirecta por varios establecimientos



Gráfico 25: Mapa Cantón Latacunga

Fuente: (Cámara de Turismo de Cotopaxi, 2012)

Elaborado por: (Cámara de Turismo de Cotopaxi, 2012)

4.1.2. Micro Localización

Para realizar la micro localización se ha basado según el autor (Urbina, Evaluación de Proyectos, 1995) de proyecto se deben analizar varios factores directos e indirectos que influyen en la toma de decisiones, los mismos que se describen a continuación:

- **Ubicación**

La ubicación del proyecto será al sureste de la ciudad de Latacunga, en la Avenida Roosevelth y Atahualpa, se ha elegido este lugar por contar con varios aspectos positivos y por el bienestar de los posibles clientes, un lugar donde el acceso sea fácil, un lugar estratégico de la ciudad, con vías de primer orden, cerca de centros de atención y de fácil acceso para la comodidad del cliente

- **Construcción de la edificación**

Se realizara la construcción de una edificación para, considerando la capacidad de carga que pueda cubrir la demanda existente.

- **Servicios básicos**

Por su ubicación cuenta con todos los servicios básicos es decir, luz, agua, teléfono, alcantarillado y vías de acceso de primer orden.

- **Espacio Físico**

El terreno cuenta con una superficie de 2200m² y la edificación contará con una superficie de 1200m².

- **Proximidad de materias primas**

Este es un factor clave, el mismo que abaratará costos de producción por encontrarse cerca a los diferentes proveedores que tendrá la empresa.

- **Seguridad**

Por ser un barrio residencial cuenta con seguridad nacional y cerca del mismo se encuentra la Unidad de Policía Comunitaria.

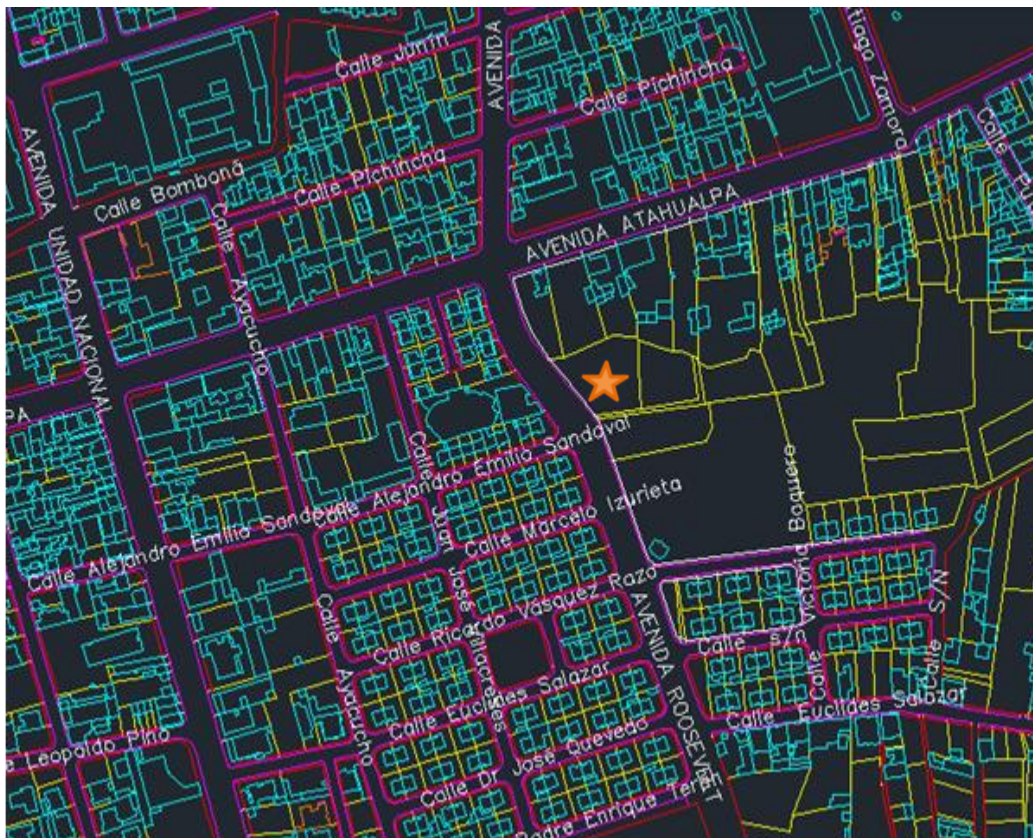


Gráfico 26: Mapa Cantón Latacunga

Fuente: (Cámara de Turismo de Cotopaxi, 2012)

Elaborado por: (Cámara de Turismo de Cotopaxi, 2012)



Localización del Proyecto

4.2. Tamaño del Proyecto

El tamaño del proyecto se refiere netamente a la capacidad instalada, misma que se expresa en unidades de producción, manifestando principalmente el nivel de las inversiones a realizarse, la rentabilidad que se obtendrá de las mismas en caso de su utilización y aplicación. Para lo cual la decisión tomada revelará el tamaño neto del proyecto y el nivel de operacionalización con el cual contará y se aplicará para las ventas.

Tabla 27
Capacidad Instalada

CAPACIDAD INSTALADA				
AÑOS	PROMEDIO ANUAL	PROMEDIO MENSUAL	PROMEDIO SEMANAL	PROMEDIO POR EVENTO
2015	17844	1487	372	124
2016	25703	2142	535	178
2017	36590	3049	762	191
2018	51598	4300	1075	215
2019	72205	6017	1504	301

Elaborado por: Veloz, A.

La tabla 27 representa la capacidad que debe tener el proyecto con respecto al 20% de la demanda insatisfecha se ha detallado teniendo un promedio de 3 eventos semanales, y de esta manera se ha proyectado la capacidad por evento, mensual, semanal y anual.

La capacidad de carga del establecimiento será de 200 personas considerando que en un inicio se debe albergar alrededor de 130 personas dato obtenido de la tabla 27 para el año 2015 y con una proyección de 300 personas a futuro.

Cabe destacar que dentro del menaje se contará con una capacidad máxima que cubrirá a 150 personas, y se dispondrá de un menaje para 300 personas lo mismo que permitirán satisfacer los requerimientos del cliente.

4.3. Ingeniería del Proyecto

La ingeniería del proyecto se refiere específicamente a los aspectos que tomará el proyecto para su gestión, además de que a través de esta se podrá crear los procesos de vital importancia con los cuales debe contar toda empresa, también permite exponer toda la actividad realizada por parte de la empresa.

4.3.1. Características Técnicas

Dentro de las características técnicas de la empresa según (Jaramillo) para calcular el espacio se debe respetar la norma del 60% - 40% dentro del sector restaurantero que establece que del total de espacio del local donde se va a instalar la empresa debe reservar el 60% de los metros cuadrados para el área de servicio y 40% para el área de producción. De igual manera se debe respetar el parámetro de 1,5 a 2m² por persona.

Otro factor que se debe tomar en cuenta es la cantidad de mesas a instalar, conociendo las dimensiones del comedor, el segundo paso es adquirir las mesas, por lo que se debe calcular las medidas que ocuparán las mesas con sillas y la circulación entre sillas, ya sea en forma rectangular o diagonal. De manera general, la mayoría de mesas respetarán las siguientes medidas.

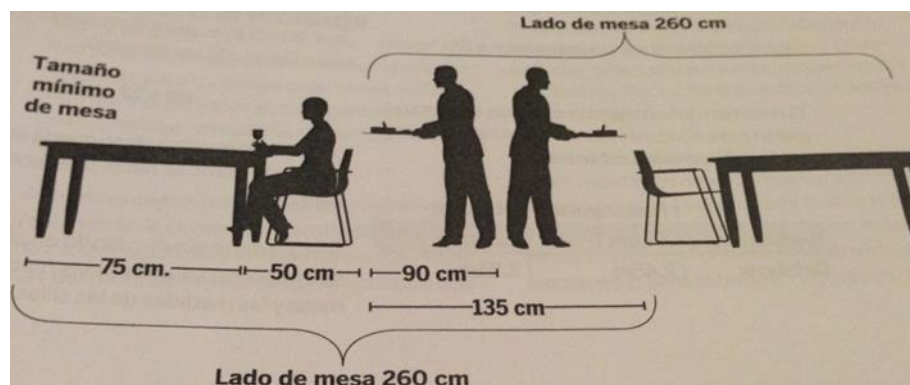


Gráfico 27: Características técnicas

Fuente: (Jaramillo, 2014)

Elaborado por: Veloz, A.

Lo siguiente a considerar es el montaje de mesas, después de calcular el número de mesas, el siguiente paso será determinar el montaje a utilizar / el tipo de loza, cristalería, cubiertos, servilletas, etc).

A continuación se detalla los elementos adecuados para cualquier tipo de evento.

- Desayuno:

Cubertería: Tenedor de mesa, cuchillo de mesa, cucharilla

Vajilla: Dos platos para pan y mantequilla, taza con plato.

Cristalería: Copa para agua o vaso para jugo.

- Comida:

Cubertería: Tenedor para ensalada, tenedor de mesa o postre, cucharilla.

Vajilla: Plato para pan y mantequilla, plato para almuerzo.

Cristalería: Copa para agua, copa para vino

- Cena:

Cubertería: Tenedor para ensalada, tenedor de mesa, cuchillo de mesa, cucharilla, cuchillo para mantequilla

Vajilla: Plato para pan y mantequilla, plato para ensalada, plato extendido.

Cristalería: Copa para agua, copa para vino.

- Cena Formal:

Cubertería: Tenedor para ensalada, tenedor de mesa, cuchara ovalada para sopa / postre o cuchara de mesa, cucharilla, cuchillo para mantequilla.

Vajilla: Plato para pan y mantequilla, dos platos de ensalada, plato de servicio, taza con plato.

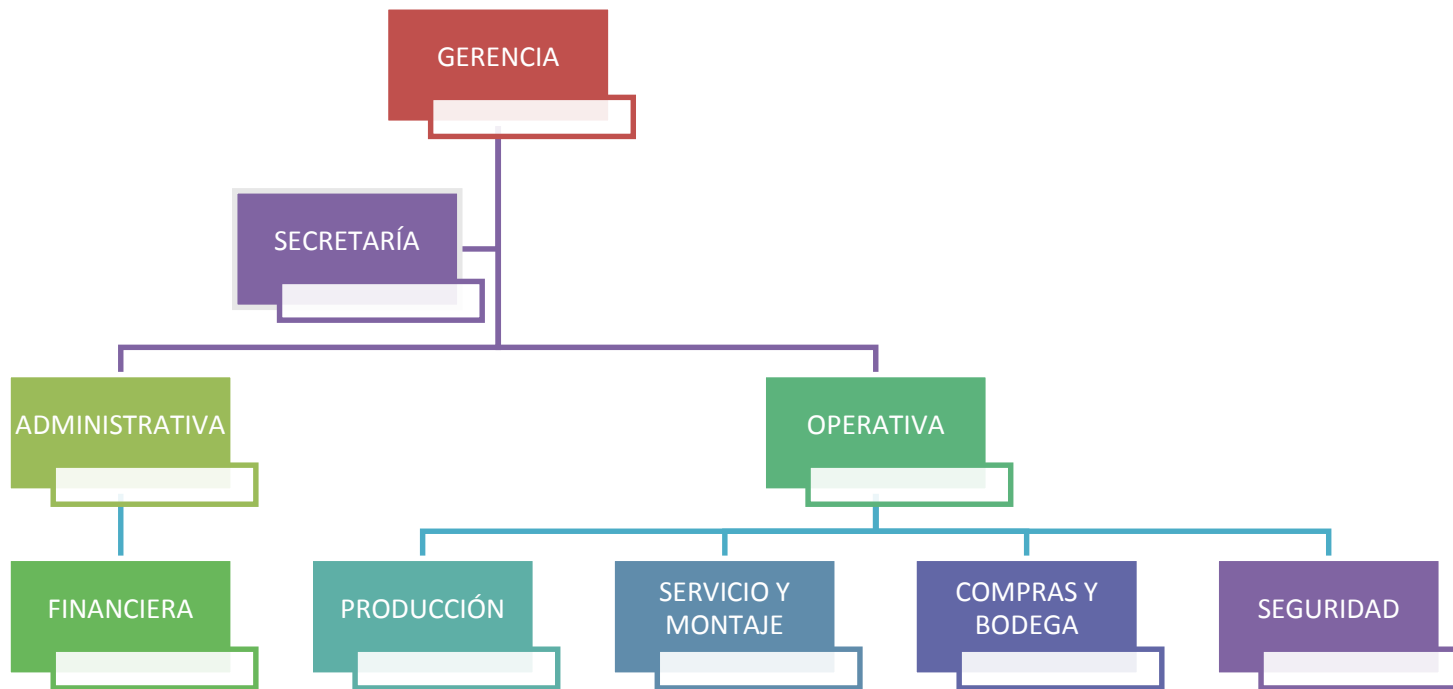
Cristalería: Copa para agua, copa de champagne, copa para vino.

4.3.2. Características físicas

A continuación se detalla dentro de un plano la distribución del salón de eventos:

Página en blanco

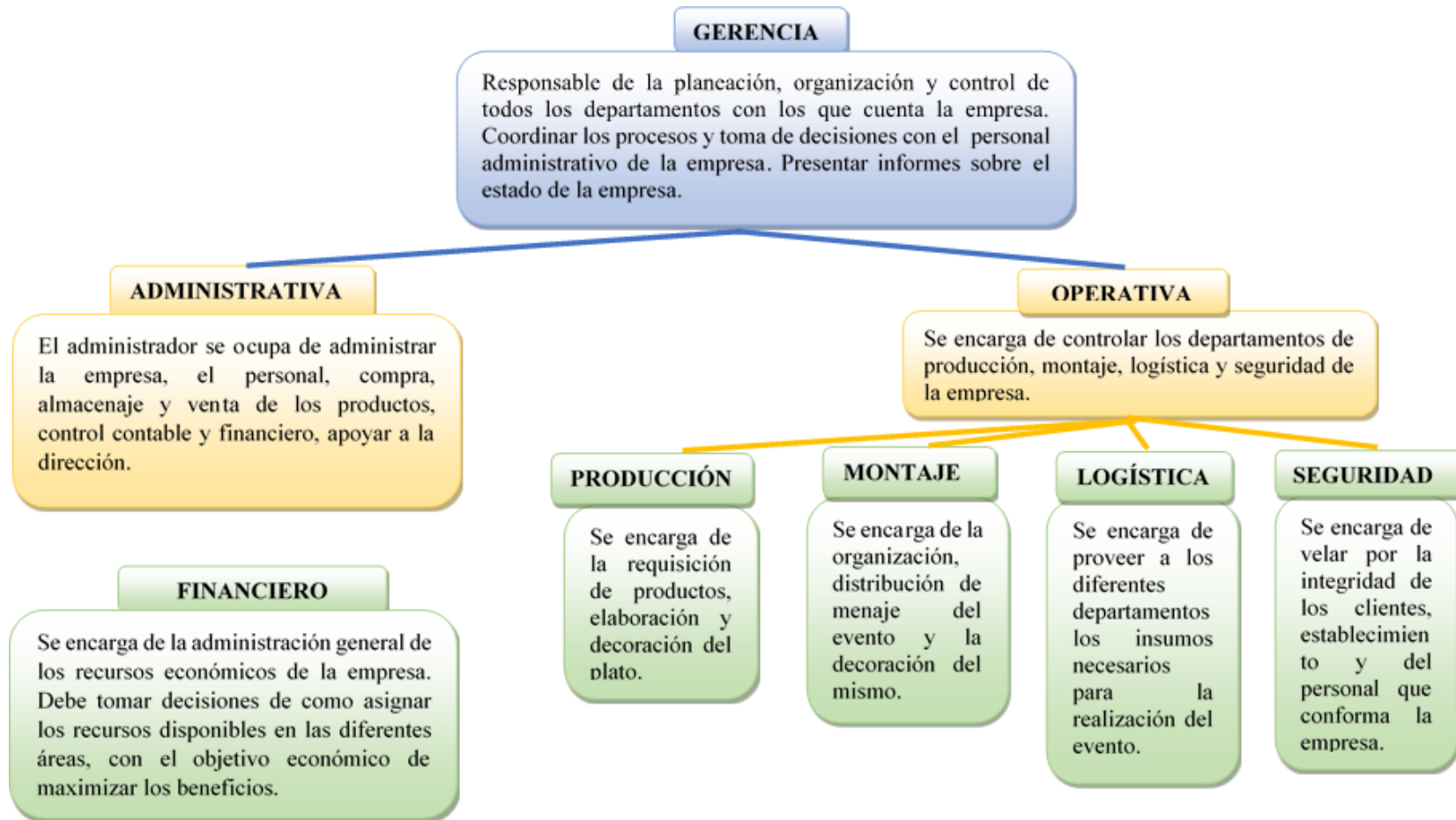
4.4. Organigrama Estructural



Fuente: (Alacreu, 2008)

Elaborado por: Veloz, A.

4.5. Organigrama Funcional









Fuente: Normas INEN

Elaborado por: Veloz, A.

4.5.1. Flujogramas de procesos

La representación gráfica de la secuencia de las actividades que se realizarán para cada una de las actividades a desarrollarse. Se presenta en la tabla 28 el flujograma que facilita el proceso de análisis y además permite identificar los recursos utilizados en cada fase determinando los puntos indispensables en los procesos.

Tabla 28
Simbología

SIMBOLO	PROCESO	CARACTERÍSTICA
	Operación	Transformación de las materias primas a través de medios químicos o mecánicos en una combinación específica.
	Transporte	Movilización de la materia prima, productos en proceso de elaboración y productos elaborados
	Demora	Retraso durante los turnos y el cambio de turnos
	Almacenamiento	Almacenamiento de las materias primas, productos en proceso de elaboración y productos elaborados.
	Inspección	Control de la operación y verificación de la calidad del producto final.
	Operación combinada	Realización de acciones simultáneamente.

Fuente: (Meneses, Preparación y Evaluación de proyectos, 2001)

Elaborado por: Veloz, A.

Tabla 29
Proceso Administrativo-Financiero

PROCESO ADMINISTRATIVO-FINANCIERO									
SUBPROCESO	ACTIVIDAD	○	➔	▽	◐	◑	⬠	TIEMPO	RESPONSABLE
Contabilidad	Controlar y vigilar la contabilidad de la empresa planificada con anterioridad	x						90 min	Contador o auditor
Presupuestos	Gestionar y controlar los gastos e inversiones dentro de la empresa	x						180 min	Auditor
Administración de activos	Administrar la obtención de activos						x	60 min	Administrador
	Registrar e informar sobre la situación de los activos				x			120 min	Administrador y colaboradores
	Reportar el manejo de los activos fundamentandose en las políticas de la empresa y sus lineamientos correspondientes	x						30 min	Administrador y ayudante
Administración de recursos humanos	Manejo del personal nuevo						x	60 min	Administrador y gerente
	Indicaciones al personal nuevo y antiguo	x						-	Administrador
	Capacitación constante a todo el personal de la empresa						x	-	Administrador
	Valoración de funciones conforme el desempeño del personal						x	-	Gerente

Fuente: (Meneses, Preparación y Evaluación de proyectos, 2001)

Elaborado por: Veloz, A.

Tabla 30
Diagrama de proceso de mercadeo

PROCESO DE MERCADEO									
SUBPROCESO	ACTIVIDAD	○	➔	▽	◐	◑	⬠	TIEMPO	RESPONSABLE
Publicidad	Creación de un plan de difusión y promoción	x						160 min	Administrador
	Difusión de productos a nivel regional y local, a fin de posicionar a la empresa	x						30 min	Administrador
	Evaluación de impactos a la empresa producida por los medios publicitarios						x	30 min	Administrador
	Plantear ejes estratégicos a través del estudio de mercado						x	120 min	Administrador
Promoción	Creación de estrategias a fin de promocionar los servicios y productos de la empresa						x	30 min	Administrador
	Aplicación de la estrategias conforme la segmentación del mercado actual	x						60 min	Administrador
	Valoración de las estrategias conforme la demanda						x	60 min	Administrador
Proveedores	Establecer lineamientos para la negociación	x						90 min	Administrador
	Plantear estrategias de negociación						x	120 min	Administrador
	Evaluación de las estrategias mediante las políticas de la empresa						x	60 min	Administrador
Seguimiento	Coordinar el seguimiento del cliente para conocer su grado de satisfacción	x						120 min	Administrador
	Incrementar estrategias y beneficios para la obtención de más clientes	x						60 min	Administrador

Fuente: (Meneses, Preparación y Evaluación de proyectos, 2001)

Elaborado por: Veloz, A.

Tabla 31
Diagrama del Macro proceso de producción

FLUJOGRAMA DE PROCESOS									
EMPRESA DE CATERING, BANQUETES Y EVENTOS									
MACROPROCESO DE PRODUCCIÓN									
PROCESO	ACTIVIDAD	○	➔	▽	◐	◻	⬠	TIEMPO	RESPONSABLE
MENÚ	Retiro y recibo de la materia prima para la elaboración de los productos acordados	x						30 min	Ayudante de cocina
	Vigilar el estado de los productos						x	30 min	Ayudante de cocina
	Regresar los productos que incumplan con los lineamientos de calidad						x	15 min	Ayudante de cocina
	Elaboración del menú contratado por el cliente	x						400 min	Cocinero y ayudante de cocina
DECORACIÓN	Recibo de los materiales decorativos						x	30 min	Decoradores
	Inspeccionar el estado de los materiales	x						20 min	Decoradores
	Realización de la decoración según el convenio con el cliente	x						200 min	Decoradores

Fuente: (Meneses, Preparación y Evaluación de proyectos, 2001)

Elaborado por: Veloz, A.

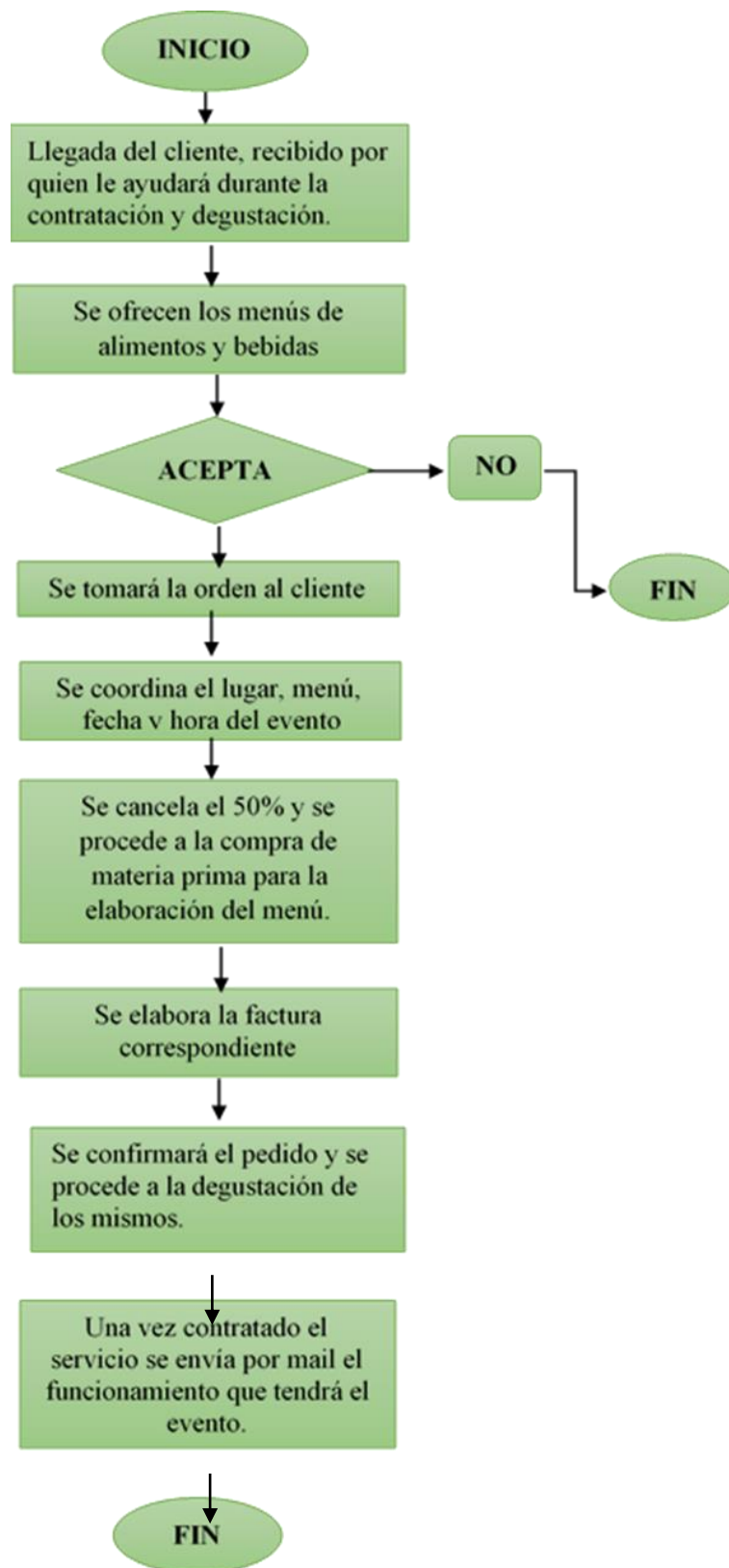
Tabla 32
Diagrama de proceso logístico

PROCESO DE LOGÍSTICO									
SUBPROCESO	ACTIVIDAD	○	➔	▽	D	□	⬠	TIEMPO	RESPONSABLE
ADQUISICIÓN	Compra de materia prima e insumos de acuerdo a la planificación establecida para el manejo de los materiales	x						90 min	Administrador, cocinero y decorador
	Evaluación de los proveedores de acuerdo a los productos adquiridos en cuanto a calidad, costo, etc						x	180 min	Administrador, cocinero y decorador
ALMACENAMIENTO	Recibir y registrar el ingreso del nuevo material			x				120 min	Bodegueros
	Reportar los recursos de la empresa a través de un inventario						x	60 min	Bodegueros
DISTRIBUCIÓN	Establecer las rutas de distribución						x	60 min	Bodegueros
	Vigilar y apoyar la entrega del producto o servicio al cliente						x	60 min	Bodegueros, chofer, ayudante de cocina
	Coordinar y supervisar el correcto desarrollo y cumplimiento del contrato acordado con el cliente	x						45 min	ayudantes y chofer

Fuente: (Meneses, Preparación y Evaluación de proyectos, 2001)

Elaborado por: Veloz, A.

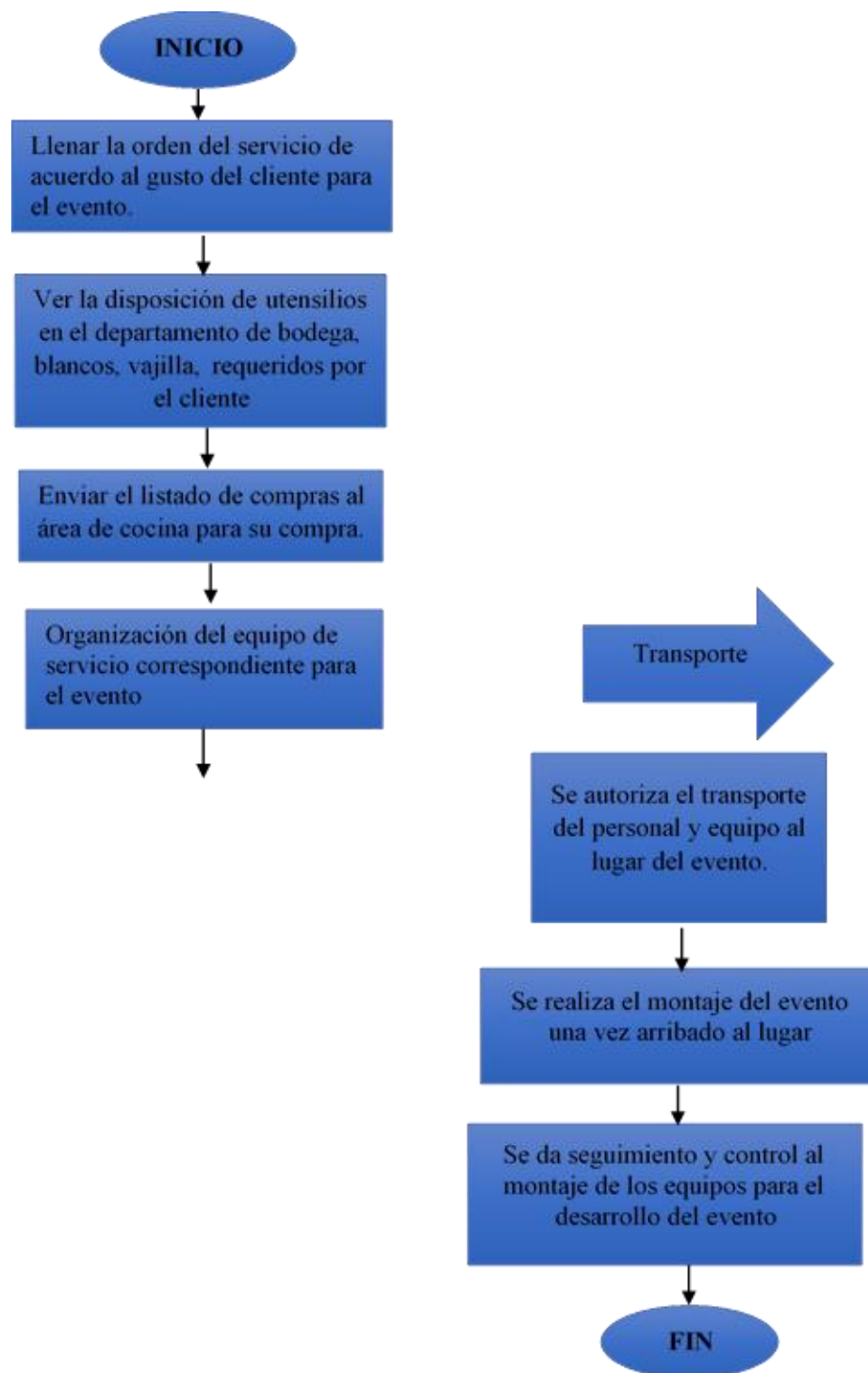
Diagrama de proceso de Preevento



Elaborado por: Veloz, A.

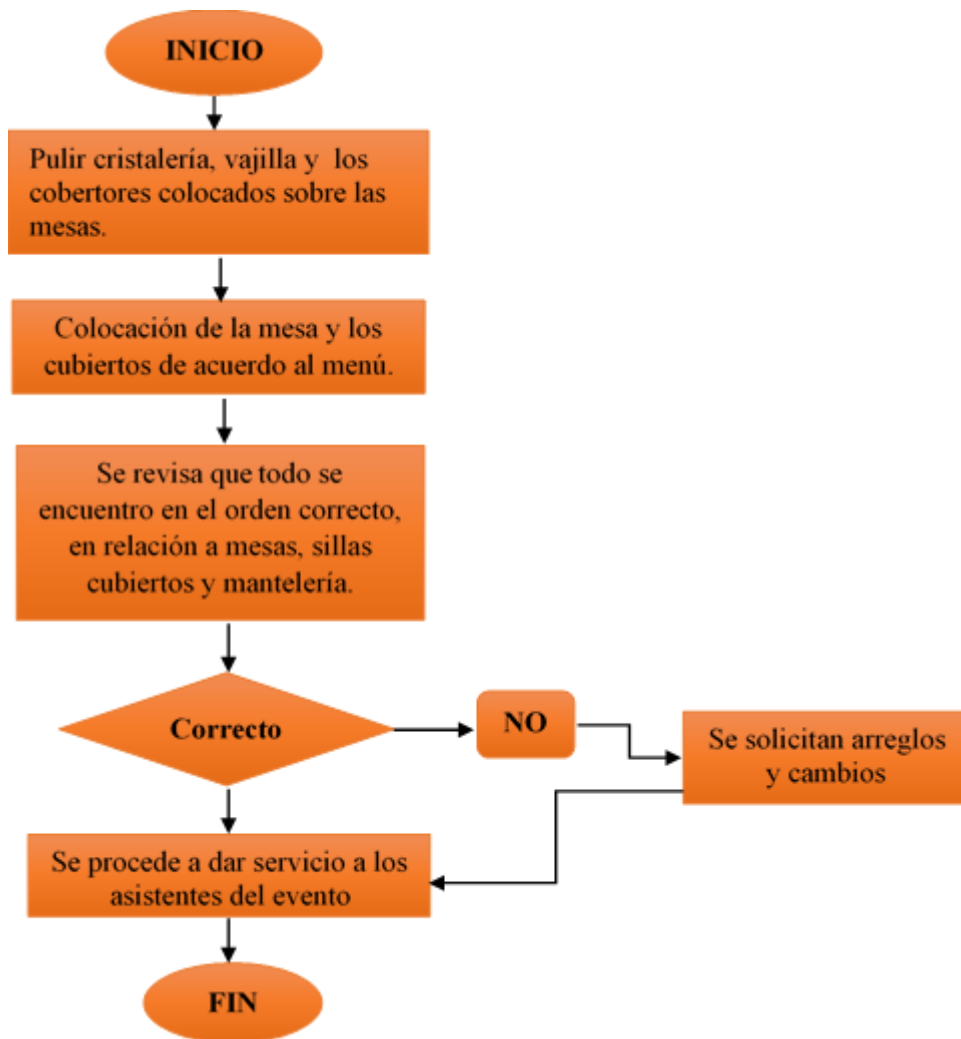
Diagrama del proceso de Pre Evento

- Diagrama de proceso de planificación y organización del evento



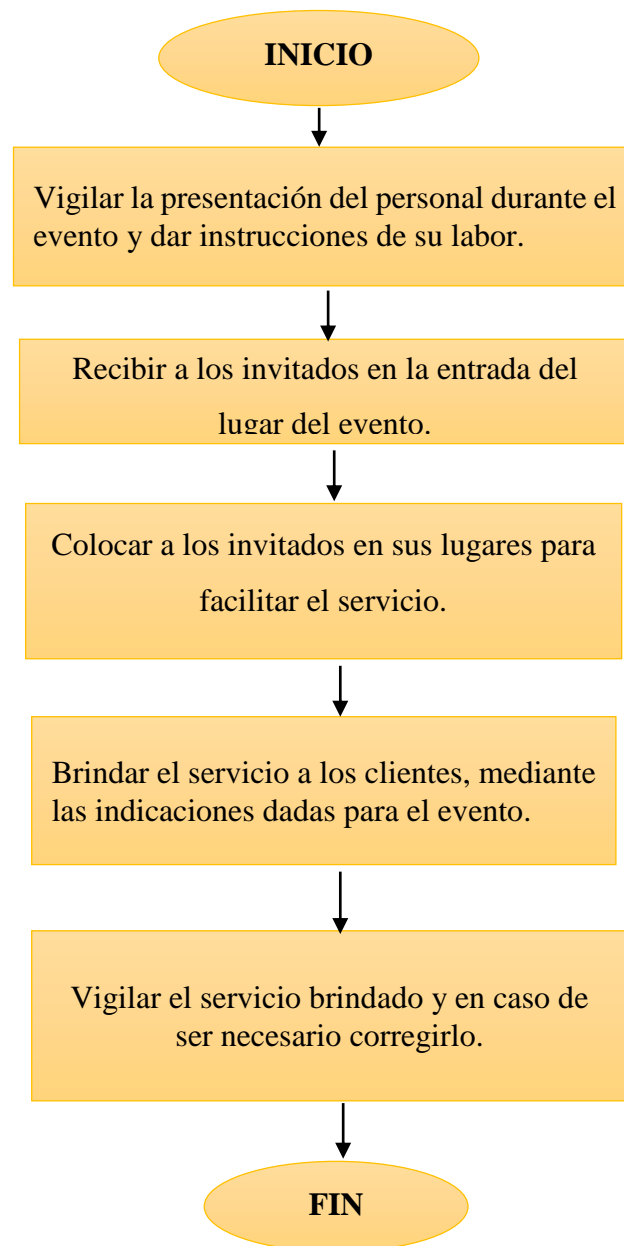
Elaborado por: Veloz, A.

- Diagrama de proceso “Mise en Place” del evento



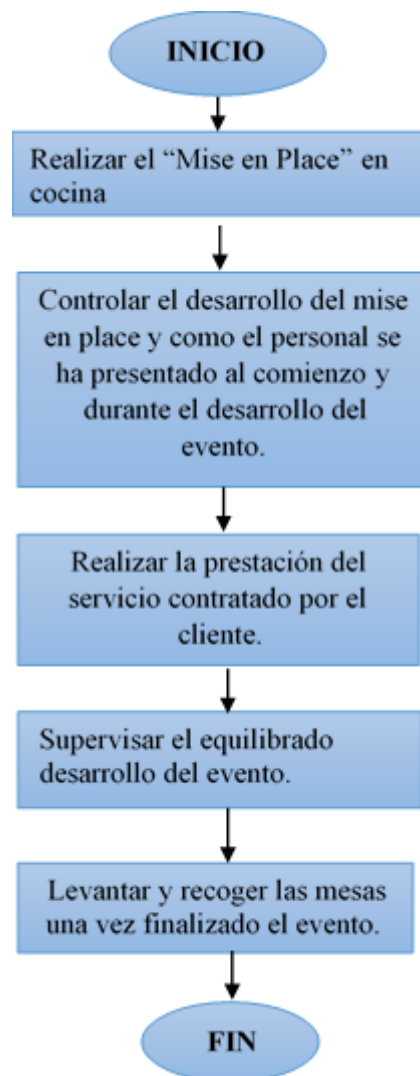
Elaborado por: Veloz, A.

- **Diagrama de proceso de servicio al cliente**



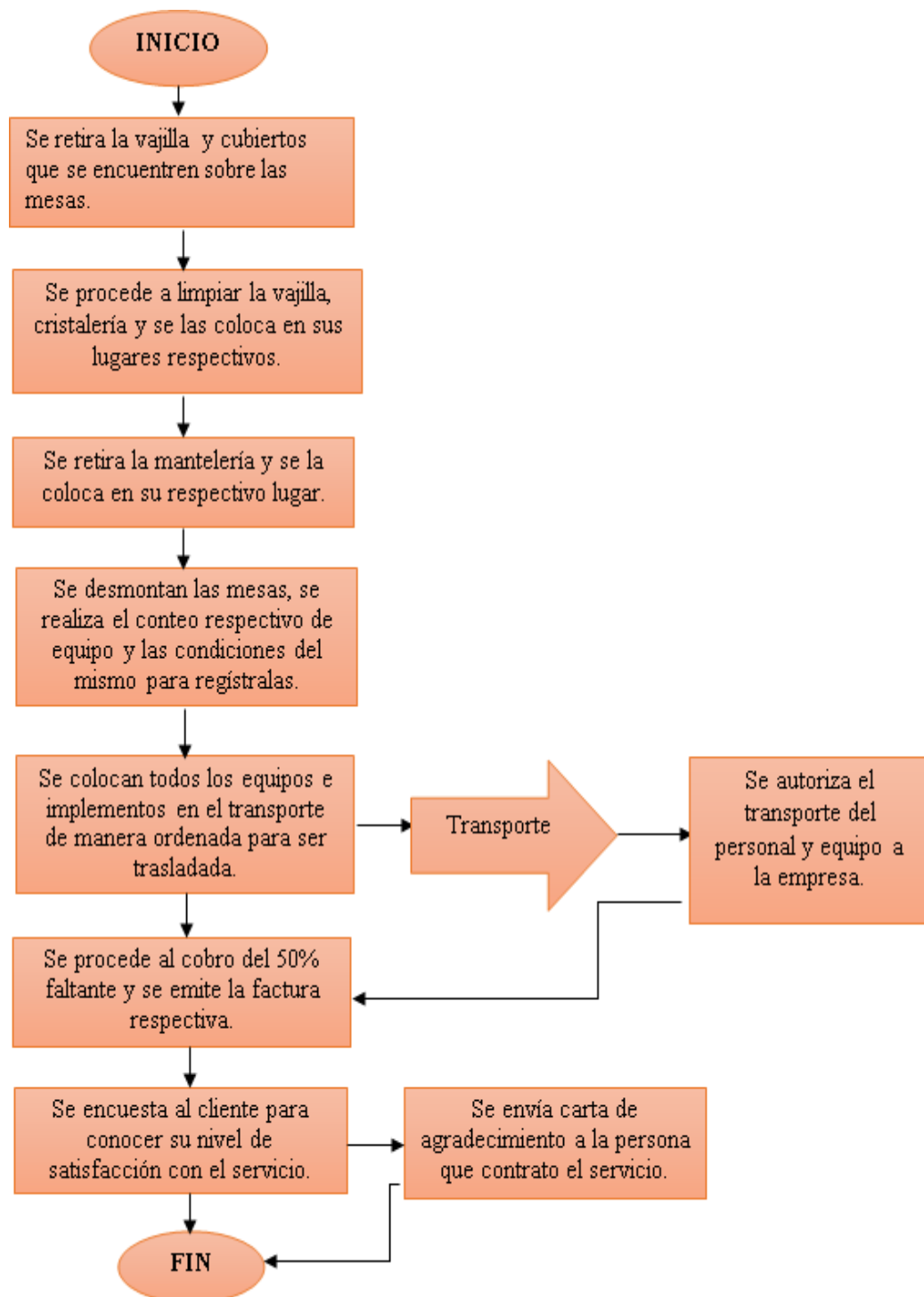
Elaborado por: Veloz, A.

- Diagrama de proceso durante el evento de cocina y servicio



Elaborado por: Veloz, A.

Diagrama de proceso de post-evento



Elaborado por: Veloz, A.

4.5 Principios Organizacionales de la Empresa

4.5.1 Visión

“La visión se define como el camino al cual se dirige la empresa a largo plazo y sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad.” (Fleitman, 2000, pág. 283).

La visión organizacional debe cumplir con algunos requerimientos para ser considerada como correcta, a continuación se detallan las siguientes características:

- Es Formulada para los Líderes de la Organización

La visión muestra las expectativas de la empresa y de esta manera induce a los directivos sobre las líneas de acción a seguir y las necesidades de los colaboradores.

- Dimensión de tiempo

La visión empresarial está formulada con un horizonte de tiempo al año 2018.

- Integradora

La visión integra las características físicas de sus instalaciones, así como también sus activos intangibles.

- Amplia y detallada

Constituye una formulación amplia y detallada acerca del horizonte de tiempo al que desea llegar la empresa.

- Positiva y alentadora

La visión propuesta muestra claramente el sentido positivo, de mejoramiento y desarrollo que se le pretende otorgar a todas las actividades de la organización.

- Debe ser realista y posible

La posición actual de la empresa, sus capacidades y potencial interna como también las características del entorno hacen evidente la posibilidad real de cumplir con la visión.

- Debe ser consistente

Es consistente con los principios corporativos y el alineamiento organizacional que la empresa pretende adoptar.

- Debe ser difundida interna y externamente

Cuenta con una estructura sencilla y vocabulario claro, posibilitando la por el personal interno, así como también por los clientes externos.

Se presenta a continuación la visión propuesta para la empresa.

Visión

Ser una empresa líder en la gestión de eventos y banquetes en la provincia de Cotopaxi, a fin de ser líderes en el mercado, mejorando la organización y desarrollo de eventos sociales, con el propósito de satisfacer todas las exigencias de nuestros clientes a partir del 2018.

4.5.2 Misión

“La misión es el motivo, propósito, fin o razón de ser de la existencia de una empresa u organización.” (Fleitman, 2000, pág. 37).

Para la correcta estructuración de la misión existen algunos requisitos que deben cumplir, los mismos que se detalla a continuación:

- ¿En qué negocio estamos?

Esta pregunta fija el punto de partida y en la misión se especifica que somos una empresa que oferta servicios de organización y desarrollo de eventos.

- ¿Para que existe la organización? ¿cuál es el propósito básico?

Somos una empresa de servicios, que tiene como propósito conseguir la satisfacción de sus clientes, la comodidad y tranquilidad de los mismos.

- ¿Cuáles son los elementos diferenciadores de la compañía?

El principal elemento diferenciador de la empresa es su personal altamente preparado dentro de su área correspondiente, una atención personalizada, también existe la aplicación de prácticas saludables en la preparación de alimentos y montaje para los eventos.

- ¿Quiénes son nuestros clientes?

Estamos dirigidos a la población de la ciudad de Latacunga provincia de Cotopaxi.

A continuación se presenta la misión propuesta para la nueva empresa:

Misión

Brindar correcta y eficientemente el servicio de catering, eventos y banquetes, mediante la complacencia de las necesidades de los clientes, ofreciendo servicios en excelentes condiciones con la ayuda de profesionales capacitados, a tal modo de generar satisfacción total en la población de la ciudad de Latacunga.

4.6.3. Valores institucionales

- Trabajo en equipo.
- Respeto de las ideas de cada una de las personas.
- Calidad del servicio.
- Creatividad en la organización.
- Responsabilidad al momento de organizar los eventos.
- Innovación en los detalles de cada evento.
- Amabilidad con los asistentes al programa.
- Elegancia en la presentación de los eventos.
- Puntualidad con el inicio del acontecimiento social.

4.6 Requisitos legales para el Funcionamiento

Se tomará en cuenta lo que menciona, la superintendencia de Compañías, el centro de salud, municipio y SRI para la realización de la parte legal y funcionamiento de la empresa.

4.6.1 Pasos para constituir la empresa:

Superintendencia de Compañías

- Debe decidir cómo qué tipo de compañía se va a constituir.
- Escoger el nombre de su empresa.
- Reservar el nombre de su compañía en la Superintendencia de Compañías.

- Abrir la cuenta de integración de capital en la institución bancaria de su elección (el monto mínimo para Cía. Ltda. es \$400 y para S.A es \$800)
- Elevar a escritura pública la constitución de la compañía (Esto puede ser realizado en cualquier notaría)
- Presentar en la Superintendencia de Compañías, la papeleta de la cuenta de integración del capital y 3 copias de la escritura pública con oficio del abogado.
- Retirar resolución aprobatoria u oficio con correcciones a realizar en la Superintendencia de Compañías luego de esperar el tiempo establecido (48 horas).
- Publicar en un periódico de amplia circulación, los datos indicados por la Superintendencia de Compañías y adquirir 3 ejemplares del mismo.
- Marginar las resoluciones para el Registro Mercantil en la misma notaría donde se elevó a escritura pública la constitución de la empresa.
- Establecer quiénes van a ser el Representante Legal y el administrador de la empresa.
- Inscribir en el Registro Mercantil el nombramiento de Representante Legal y Administrador.
- Presentar en la Superintendencia de Compañías los documentos: Escritura inscrita en el registro civil, un ejemplar del periódico donde se publicó la creación de la empresa, copia de los nombramientos del representante legal y administrador, copia de la CI de los mismos, formulario de RUC lleno y firmado por el representante; y copia de pago de luz, agua o teléfono.
- Esperar a que la Superintendencia posterior a la revisión de los documentos le entregue el formulario del RUC, el cumplimiento de obligaciones y existencia legal, datos generales, nómina de accionistas y oficio al banco
- Entregar en el SRI toda la documentación anteriormente recibida de la Superintendencia de Compañías, para la obtención del RUC.
- Acercarse al IESS para registrar la empresa en la historia laboral con copia de RUC, copia de C.I, y papeleta de representante legal, copia de nombramiento del mismo, copia de contratos de trabajo legalizados en ministerio de trabajo y copia de último pago de agua, luz o teléfono.

4.6.2. Obtención del RUC (SRI)

- Personas naturales: inscripción
- Presentar el original y entregar copia de la cédula de identidad
- Fotocopia de la última papeleta de votación
- Fotocopia de un documento que certifique la dirección del local donde desarrolla su actividad económica: recibo de luz, agua, teléfono.

4.6.3. Obligaciones tributarias

- Declaración mensual del IVA.
- Se factura pasado \$ 4.00
- Cuando es menor a \$ 4.00 se emiten notas de venta

4.6.4. Trámites para el permiso sanitario de funcionamiento de establecimientos de preparación y expendio de alimentos.

- RUC
- Patente Municipal
- Pago de Tasa por Permiso Sanitario
- Recoger formulario de la Inspección Técnica Sanitaria y pago de la tasa (4.5 USD)
- Cédula de Identidad original y copia
- Papeleta de votación (original y copia)
- Copia de la planilla de la inspección y calificación sanitaria (con calificación superior a 91 puntos)
- Permiso del año vigente o recibo de pago de multa emitido por la Comisaría Municipal
- Originales y copias de los Certificados de Salud de las personas que trabajan en el local (Meseros, cocineros, posilleros, saloneros y otro personal que manipule alimentos durante su preparación y expendio).

CAPÍTULO V

5. PLAN DE INVERSIÓN

En éste capítulo se encuentra toda la información financiera como: el monto de inversión, los presupuestos tanto de ingresos como egresos, los balances y finalmente la evaluación de la inversión, la que determinará la factibilidad del proyecto.

Además permite establecer el origen de la inversión a realizarse en el proyecto, estimar ingresos y egresos, así como también establecer parámetros de evaluación como son el VAN, la TIR y por ende tomar la decisión correcta de invertir o no en el mismo.

PLAN DE INVERSIÓN

Las inversiones del proyecto están compuestas por activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo, así como también los gastos que deben realizarse para la puesta en marcha de la empresa.

Resumen del Plan de Inversión

INVERSIÓN TOTAL	545.114,07
ACTIVOS FIJOS	119.055,00
Terreno	36.000,00
Edificios	20.000,00
Vehículo	18.000,00
Maquinaria y Equipo	27.384,00
Muebles y enseres	15.155,00
Equipos Oficina	436,00
Equipos Computación	2.080,00
CAPITAL TRABAJO	426.059,07

Elaborado por: Veloz, A.

5.1. Activos fijos

Las inversiones en activos fijos, son todas aquellas que se realizan en bienes tangibles tanto muebles como inmuebles cuya vida útil es superior a la de un año y están destinados para las actividades presentes o futuras de la entidad y no para la

venta. Estos sirven de apoyo en las operaciones normales que realiza la empresa. (Meneses, Preparación y Evaluación de Proyectos, 2012)

A continuación se detalla la inversión de los Activos Fijos del Catering:

Terreno

Es el espacio con el cual se cuenta para la construcción de la edificación

TERRENO			
ÍTEM	CANT (m2)	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Terreno	1.905,00	18,90	36.000,00
TOTAL			36.000,00

Elaborado por: Veloz, A.

Edificios

Son las instalaciones físicas de la Empresa de Catering Eventos y Banquetes

EDIFICIOS			
ÍTEM	CANT (m2)	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Edificio y Adecuaciones	1	20.000,00	20.000,00
TOTAL			20.000,00

Elaborado por: Veloz, A.

Vehículo

Al momento se cuenta con una furgoneta que se encargará de trasladar al personal y el menaje hasta el lugar o sitio donde se requirió el servicio de Catering, además de adquirir la materia prima.

VEHÍCULO			
ÍTEM	CANT	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Furgoneta	1	18.000,00	18.000,00
TOTAL			18.000,00

Elaborado por: Veloz, A.

Maquinarias y Equipos

La maquinaria y equipos son aquellos instrumentos necesarios para el correcto funcionamiento del Catering, a continuación se detallan:

MAQUINARIA Y EQUIPO			
ÍTEM	CANT	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
EQUIPOS DE COCINA			
Cocina Industrial	1	1,800.00	1,800.00
Freidora	1	1,100.00	1,100.00
Plancha Freidora	1	650.00	650.00
Estantería	2	372.00	744.00
Balanza	1	117.00	117.00
Batidora Semi-industrial	2	470.00	940.00
Espumadera	1	25.00	25.00
Batidor	3	15.00	45.00
Cuarto Frio	1	2,000.00	2,000.00
Abrelatas	1	90.00	90.00
Licuada Industrial	1	1,620.00	1,620.00
Batidora Amasadora	1	1,250.00	1,250.00
Horno	1	1,200.00	1,200.00
Picadora de Papas	1	250.00	250.00
Peladora de Papas Industrial	1	600.00	600.00
Marmita	2	300.00	600.00
Microondas Semi-industrial	1	300.00	300.00
Congelador	1	1,500.00	1,500.00
Maquina lava platos	1	1,200.00	1,200.00
Calentador de Platos	1	950.00	950.00
Cafetera	10	15.00	150.00
Waflera	1	70.00	70.00
Termómetro colgante	1	50.00	50.00
Contenedor de Vasos	1	8.00	8.00
Contenedor de Platos	10	25.00	250.00
Mesa de trabajo	3	500.00	1,500.00
contenedor de Alimentos	1	60.00	60.00
Basureros	2	120.00	240.00
Almacenadores de Hielo	1	980.00	980.00
Laminadora	1	1,380.00	1,380.00
Molino de Carne	1	120.00	120.00
Afilador de Cuchillos	1	30.00	30.00
SUBTOTAL			21,819.00
EQUIPOS DE SERVICIO			
Plataforma de transporte	2	430.00	860.00
Aspiradora	1	620.00	620.00
SUBTOTAL			1,480.00
<i>Continúa →</i>			

EQUIPOS DE SONIDO			
Micrófono	4	240.00	960.00
Cajas electro voice	2	150.00	300.00
Consola	1	500.00	500.00
Máquina de Humo	1	250.00	250.00
Láser	2	100.00	200.00
Luz Doble Daebly	1	280.00	280.00
Flash	1	15.00	15.00
Metros Cable	8	10.00	80.00
Proyector	1	1,500.00	1,500.00
SUBTOTAL			4,085.00
TOTAL			27,384.00

Elaborado por: Veloz, A.

Muebles y Enseres

Los muebles y enseres necesarios para el servicio de Catering se describen a continuación:

MUEBLES Y ENSERES			
ÍTEM	CANT	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
MUEBLES Y ENSERES ADMINISTRATIVOS			
Escritorio Gerencia	1	510,00	510,00
Sillón ejecutivo	1	140,00	140,00
Archivador	4	215,00	860,00
Sillas	3	177,50	532,50
Escritorios	3	140,00	420,00
Subtotal			1.930,00
MUEBLES Y ENSERES SERVICIO			
Mesas Redondas	40	35,00	1.400,00
Mesas Rectangulares	30	40,00	1.200,00
Sillas	350	30,00	10.500,00
Sillas para bebe	5	25,00	125,00
Subtotal			13.225,00
TOTAL			15.155,00

Elaborado por: Veloz, A.

Equipo de Computación

Los equipos de cómputo son necesarios en el funcionamiento del área administrativa, debido a que permite llevar un registro, control y organización de la información de forma oportuna, veraz y eficiente. Los equipos de computación que posee el Catering se detallan a continuación:

EQUIPOS COMPUTACIÓN			
ÍTEM	CANT	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Computadoras	1	1.800,00	1.800,00
Impresoras	1	280,00	280,00
TOTAL			2.080,00

Elaborado por: Veloz, A.

Equipos de Oficina

Los Equipos de Oficina son los mecanismos necesarios para las actividades de la Empresa de Catering, estos se detallan a continuación:

EQUIPOS OFICINA			
ÍTEM	CANT	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Teléfonos	3	77,00	231,00
Fax	1	120,00	120,00
Calculadora	2	20,00	40,00
Papelera	3	8,00	24,00
Grapadora	3	5,00	15,00
Perforadora	3	2,00	16,00
TOTAL			436,00

Elaborado por: Veloz, A.

Resumen de Activos Fijos

ACTIVOS FIJOS	VALOR TOTAL
Terreno	36.000,00
Edificios	20.000,00
Vehículo	18.000,00
Maquinaria y Equipo	27.384,00
Muebles y Enseres	15.155,00
Equipos Oficina	436,00
Equipos Computación	2.080,00
TOTAL	119.055,00

Elaborado por: Veloz, A.

5.2. Activos intangibles

Las inversiones en activos diferidos son intangibles y comprenden los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto.

En este caso, los activos diferidos son aquellos gastos iniciales por los trámites para de creación de la Empresa de Catering y los diversos permisos para el correcto funcionamiento del mismo. Este costo se detalla a continuación:

GASTOS DE CONSTITUCIÓN	
CONCEPTO	COSTO APROX.
Honorarios Abogados	600,00
Depósito Constitución	300,00
Notaría	50,00
Patente Municipal	100,00
Registro Mercantil	60,00
Cámara Comercio	600,00
R.U.C.	-
Permiso Bomberos (Incluye 4 Extintores)	290,00
Otros (Movilización, etc.)	40,00
TOTAL	2.040,00

Elaborado por: Veloz, A.

5.3. Capital de trabajo

Las inversiones en capital de trabajo constituyen el conjunto de recursos necesarios en la forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto, hasta que los ingresos generados por el propio proyecto cubran los gastos de operación, durante un ciclo productivo.

CAPITAL DE TRABAJO INICIAL		
RUBRO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
COSTOS DIRECTOS	22.007,11	264.085,28
COSTOS INDIRECTOS	6.378,42	76.541,08
MANO DE OBRA INDIRECTA	4.801,76	57.621,15
GASTOS DE COMERCIALIZACIÓN	91,67	1.100,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS	2.033,05	24.396,63
MANTENIMIENTO	192,91	2.314,94
TOTAL	35.504,92	426.059,07

Elaborado por: Veloz, A.

5.4. Presupuesto de operación

Los gastos de operación son aquellos destinados a mantener un activo en su condición existente o a modificarlo para que vuelva a estar en condiciones apropiadas de trabajo.

Los costos de operación a su vez pueden dividirse en costos directos e indirectos, a continuación se detallan cada uno de los costos:

Costos directos

Los costos directos que incurren en el Catering de eventos y Banquetes son los siguientes:

COSTOS DIRECTOS				
Concepto	Cantidad Anual	Costo Unitario	Costo Mensual	Costo Anual
Menú 1	8922	\$ 12,00	\$ 8.921,80	\$ 107.061,60
Menú 2	5353	\$ 16,00	\$ 7.137,44	\$ 85.649,28
Menú 3	3569	\$ 20,00	\$ 5.947,87	\$ 71.374,40
Total	17844	\$ 48,00	\$ 22.007,11	\$ 264.085,28

Elaborado por: Veloz, A.

Costos indirectos

Los costos indirectos que incurren en el Catering de eventos y Banquetes son los siguientes:

PROYECCIÓN COSTOS INDIRECTOS					
Concepto	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Carpas	\$ 160.00	\$ 166.02	\$ 172.26	\$ 178.74	\$ 185.46
Veloz Decorativo	\$ 195.00	\$ 202.33	\$ 209.94	\$ 217.83	\$ 226.02
Toldos para Carpas	\$ 900.00	\$ 933.84	\$ 968.95	\$ 1,005.38	\$ 1,043.19
Vino Tinto	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00
Vino Blanco	\$ 1,800.00	\$ 1,800.00	\$ 1,800.00	\$ 1,800.00	\$ 1,800.00
Whisky	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00
Total	\$ 10,255.00	\$ 10,302.19	\$ 10,351.15	\$ 10,401.95	\$ 10,454.67

Elaborado por: Veloz, A.

SERVICIOS BÁSICOS OPERACIÓN		
SERVICIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Agua potable	100,00	1.200,00
Energía Eléctrica	250,00	3.000,00
Consumo telefónico e internet	150,00	1.800,00
TOTAL	500,00	6.000,00

Elaborado por: Veloz, A.

5.5. Presupuestos de ingresos

Antes de establecer los ingresos y gastos se procederá a detallar los menús con las respectivas recetas, dentro de la carta se ofrecerá 3 tipos de menús, los cuales están compuestos por una entrada, plato fuerte y un postre. (Ver anexos)

En las recetas se encuentran el detalle de los ingredientes que se requieren para cada uno de los platos y el valor final al consumidor.

A continuación se presenta un ejemplo de las recetas que posee la empresa, en el cual se describe el tipo de plato, el número de porciones para el que se realiza, la cantidad que requiere de cada uno de los ingredientes, y el costo total de la cantidad requerida para el plato o postre.

RECETA			
Grupo:	ENTRADA		
Nombre del Plato:	Crepes de Jamón		
Porción:	4		
Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo total
1.00	Huevos	0.09	0.09
0.50	Harina	0.60	0.30
0.12	leche Descremada	1.20	0.14
0.02	Mantequilla derretida	1.30	0.03
0.10	Aceita	1.00	0.10
2.00	Zanahoria	0.10	0.20
1.10	Apio	0.10	0.11
<i>Continúa →</i>			

0.50	Puerro	0.10	0.05
0.20	Jamón	2.30	0.46
0.05	Nuez moscada	6.00	0.30
	Perejil		
	Subtotal		1.78
	Utilidad 10%		0.18
	Total		1.96

Elaborado por: Veloz, A.

Para la determinación de la cantidad anual de eventos se tomó en cuenta la demanda insatisfecha, misma que fue distribuida el 50% para el Menú N° 1 debido por poseer un valor de \$ 12, el 30% para el Menú N° 2 con un valor de \$ 16 y finalmente el 20% para el Menú N° 3 con un valor de \$ 21.

Demanda Insatisfecha del 2015	Menú 1	Menú 2	Menú 3
17.844	50%	30%	20%
TOTAL	8921,8	5353,08	3568,72

Elaborado por: Veloz, A.

Una vez determinada la cantidad anual del periodo 2015 se procede a determinar el nivel de ingresos que tendrá la empresa para el año. Para ello se debe tomar en cuenta que la entidad iniciará operaciones en el 2015 con una proyección hasta el 2019, el ingreso estimado por ventas se presenta en el siguiente cuadro:

CUADRO DE INGRESOS				
PRODUCTO	UNIDAD MEDIDA	CANTIDAD ANUAL	PRECIO DE VENTA	TOTAL INGRESOS
Menú 1	Unidad	8.921,80	12,01	107.138,03
Menú 2	Unidad	5.353,08	16,14	86.402,68
Menú 3	Unidad	3.568,72	21,21	75.675,00
TOTAL				269.215,72

Elaborado por: Veloz Andrea

Después de haber focalizado el ingreso del 2015 se detalla a continuación la cantidad de personas que debe efectuar la empresa dentro de los cinco años, los mismos que se encuentran en función de la demanda insatisfecha obtenida de cada año.

DEMANDA INSATISFECHA		17.844	25.703	36.590	51.598	72.205
MENU 1	50%	8.921,80	12.851,50	18.294,90	25.799,20	36.102,50
MENU 2	30%	5.353,08	7.710,90	10.976,94	15.479,52	21.661,50
MENU 3	20%	3.568,72	5.140,60	7.317,96	10.319,68	14.441,00

Elaborado por: Veloz, A.

Obtenida la cantidad anual de cada uno de los menús en los 5 años se procede a realizar las proyecciones de los ingresos que obtendrán la Empresa Catering hasta el 2019, el precio de venta para cada una de las cartas tendrá un crecimiento del 5% de forma anual, el valor estimado por ventas se presenta en el siguiente cuadro:

INGRESOS DEL PROYECTO					
PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MENÚ 1					
Cantidad	8.921,80	12.851,50	18.294,90	25.799,20	36.102,50
Precio	12,01	12,61	13,24	13,90	14,60
Subtotal	107.138,03	162.044,50	242.214,32	358.645,44	526.969,70
MENÚ 2					
Cantidad	5.353,08	7.710,90	10.976,94	15.479,52	21.661,50
Precio	16,14	16,95	17,80	18,68	19,62
Subtotal	86.402,68	130.682,63	195.336,49	289.233,69	424.980,70
MENÚ 3					
Cantidad	3.568,72	5.140,60	7.317,96	10.319,68	14.441,00
Precio	21,21	22,27	23,38	24,55	25,77
Subtotal	75.675,00	114.457,19	171.083,69	253.322,70	372.215,49
INGRESOS ANUALES	269.215,72	407.184,32	608.634,50	901.201,83	1.324.165,90

Elaborado por: Veloz, A.

5.6. Presupuestos de egresos

Dentro del presupuesto de egresos se encuentra el sueldos directos, sueldos indirectos, los sueldos administrativos y los todos los gastos que incurre la empresa para ofrecer el servicio.

A continuación se detalla cada uno de los gastos que incurre la Empresa Catering para su funcionamiento, estos son:

Sueldo Personal Operativo

La Empresa de Catering Eventos y Banquetes contará con diez saloneros, un chef, dos cocineros, dos ayudantes, 2 posilleros y un chofer, estas son personas que se encargarán de atender y servir a los clientes.

MANO DE OBRA DIRECTA	No.	Sueldo base	Sueldo Unificado	10mo 3ro	10mo 4to	Vacaciones	Aporte IESS	Fondos de Reserva	Mensual	AÑO 1
Saloneros	10	354,00	3.540,00	295,00	295,00	147,50	430,11	-	4.707,61	56.491,32
Subtotal									4.707,61	56.491,32
Imprevistos (2%)									94,15	1.129,83
TOTAL:									4.801,76	57.621,15

Elaborado por: Veloz, A.

MANO DE OBRA INDIRECTA	No.	Sueldo base	Sueldo Unificado	10mo 3ro	10mo 4to	Vacaciones	Aporte IESS	Fondos de Reserva	Mensual	AÑO 1
Chef	1	700,00	700,00	58,33	29,50	29,17	85,05	-	902,05	10.824,60
Cocinero	2	600,00	1.200,00	100,00	59,00	50,00	145,80	-	1.554,80	18.657,60
Ayudante	2	400,00	800,00	66,67	59,00	33,33	97,20	-	1.056,20	12.674,40
Posillero	2	354,00	708,00	59,00	59,00	29,50	86,02	-	941,52	11.298,26
Chofer	1	354,00	354,00	29,50	29,50	14,75	43,01	-	470,76	5.649,13
Subtotal									4.925,33	59.104,00
Imprevistos (2%)									98,51	1.182,08
TOTAL:									5.023,84	60.286,08

Elaborado por: Veloz, A.

Gastos Administrativos

En los gastos administrativos se encuentra, el pago de sueldos al personal administrativo, la compra de suministros de oficina, servicios de comunicación, y el mantenimiento del equipo de computación; éstos crecen en base a la inflación del 3.76% del mes de noviembre del presente año.

Dentro de los gastos administrativos tenemos los sueldos y salarios, gastos generales, gastos depreciaciones y otros. A continuación se detalla cada uno de ellos.

Gasto Sueldos Administrativos

La empresa contará para su funcionamiento con un Gerente General, quien se encargará de Administrar a la empresa. También contará con el personal de limpieza. A continuación se detalla el sueldo y beneficios sociales en los siguientes roles de pagos:

ADMINISTRACIÓN	No.	Sueldo base	Sueldo Unificado	10mo 3ro	10mo 4to	Vacaciones	Aporte IESS	Fondos de Reserva	Mensual	AÑO 1
Gerente General	1	900,00	900,00	75,00	29,50	37,50	109,35	-	1.151,35	13.816,20
Contador	1	500,00	500,00	41,67	29,50	20,83	60,75	-	652,75	7.833,00
Secretaria	1	354,00	354,00	29,50	29,50	14,75	43,01	-	470,76	5.649,13
Subtotal									2.274,86	27.298,33
Imprevistos (2%)									45,50	545,97
TOTAL:									2.320,36	27.844,30

Elaborado por: Veloz, A.

Gastos Generales

Dentro de gastos generales se encuentran los pagos por servicios básicos como son: luz, agua, teléfono.

Servicios Básicos

A continuación se detallan los servicios básicos que incurre la Empresa Catering, estos son:

SERVICIOS BÁSICOS ADMINISTRACIÓN		
SERVICIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Agua potable	30,00	360,00
Energía Eléctrica	100,00	1.200,00
Consumo telefónico e Internet	60,00	720,00
TOTAL	190,00	2.280,00

Elaborado por: Veloz, A.

Otros Gastos

Este rubro se estima en base a los útiles de limpieza y suministros de oficina. A continuación se detallan los costos:

Suministros de Oficina

SUMINISTROS DE OFICINA			
ÚTILES	UNIDADES	VALOR UNITARIO	VALOR ANUAL
Resmas de Papel	4	4,20	16,80
Caja Esferográfico	3	1,75	5,25
Archivadores	6	2,00	12,00
Cinta Adhesiva	12	0,45	5,40
Marcador Permanente	12	1,20	14,40
Resaltadores	6	1,00	6,00
Goma	3	0,90	2,70
Caja Clips	6	1,80	10,80
Caja Grapas	2	1,65	3,30
Carpetas Cartón	20	0,35	7,00
Lápices	6	0,30	1,80
Tintas Para Impresora	3	32,00	96,00
Útiles Aseo	12	20,00	240,00
TOTAL			421,45

Elaborado por: Veloz, A.

A continuación se detallan los útiles y accesorios que la empresa necesita para brindar el servicio de Catering, estos son:

UTENSILLOS Y ACCESORIOS			
ÚTILES	UNIDADES	VALOR UNITARIO	VALOR ANUAL
ÚTILES DE COCINA			
Olla de Inducción 12	1.00	60.00	60.00
Olla de Inducción 20	1.00	96.00	96.00
Olla de Inducción 8	1.00	50.00	50.00
Cacerola de inducción	2.00	30.00	60.00
Pinza multiusos	1.00	8.00	8.00
pinza de mango plástico	2.00	6.00	12.00
Cuchillo Cocinero	2.00	12.00	24.00
Cuchillo sierra	1.00	6.00	6.00
Cuchillo Deschesador	2.00	3.20	6.40
Ablandador de Carne	1.00	7.00	7.00
Tabla de Picar	3.00	12.00	36.00
Juego de Tazones	2.00	12.00	24.00
Bandeja par Hornear	2.00	20.00	40.00
Colador	2.00	10.00	20.00
Espátula	1.00	2.50	2.50
Olla de presión	1.00	30.00	30.00
Espumadera mango de madera	2.00	9.30	18.60
Rallador	2.00	8.50	17.00
Abrelatas para mesa	2.00	65.00	130.00
Contenedores para baño María	1.00	20.00	20.00
Escurredo de Aluminio	1.00	38.84	38.84
Colador Malla Fina	15.00	5.20	78.00
Porcionador de Helado	2.00	11.00	22.00
Sacacorchos y destapador	4.00	7.35	29.40
Dispensadores de Aceite	3.00	0.90	2.70
Jarras Pequeñas	5.00	1.30	6.50
Jarras Grandes	3.00	2.30	6.90
Cucharón	4.00	1.45	5.80
Recipiente pata servir jugos	3.00	20.00	60.00
Sartén de Teflón	4.00	8.00	32.00
Sartén para Asar	3.00	12.00	36.00
Molde para Muffin 24 unidades	2.00	5.00	10.00
Molde para tartaletas	50.00	0.45	22.50
Cortador de Pizza	2.00	1.50	3.00
Raspador de masa	1.00	1.50	1.50
Cepillo para parrilla	1.00	11.00	11.00
Set de Boquillas	3.00	12.00	36.00
Sacacorchos y Destapador	6.00	3.20	19.20
Charolas antideslizantes	10.00	9.15	91.50
Canastas de Pan	100.00	1.00	100.00
Paletas	350.00	1.10	385.00
<i>Continúa →</i>			

Publicidad

Para promocionar la empresa se creará un sitio en el Internet mediante una página WEB, cuentas Sociales (Facebook y Twitter), se ofrecerá el servicio en medios de comunicación como por ejemplo la radio y se elaborará hojas volantes y folleterías, en los cuales se describirá el tipo servicio que ofrecerá, las actividades, entre otros.

A continuación en el siguiente cuadro se detalla los costos por este concepto:

GASTOS PUBLICIDAD		
SERVICIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Radio	10,00	120,00
Hojas Volantes	5,00	20,00
Página web y Redes Sociales	40,00	480,00
Folletería	20,00	480,00
TOTAL	175,00	1.100,00

Elaborado por: Veloz, A.

5.7. Estructura de financiamiento

Para establecer la estructura de financiamiento de la Empresa Catering Eventos y Banquetes se realizará un cuadro de fuentes y usos en el cual se identificará el esquema de financiamiento que necesita la organización para su funcionamiento.

Fuentes y Usos

Como se indicó anteriormente la empresa cuenta con el 60% de los recursos propios del nuestro proyecto, el mismo que fue compuesto por las aportaciones de los socios y la diferencia será financiada mediante crédito del Banco Bolivariano. A continuación se especifica la distribución de los recursos y el porcentaje de financiamiento que necesita la entidad:

CUADRO DE FUENTES Y USOS					
DETALLE DE INVERSIONES	VALOR	RECURSOS PROPIOS		CRÉDITO	
		VALOR	%	VALOR	%
Terreno	36.000,00	36.000,00	100%		
Edificios	20.000,00	14.000,00	70,0%	6.000,00	30,0%
Vehículo	18.000,00	7.200,00	40,0%	10.800,00	60,0%
Maquinaria y Equipo	27.384,00	8.215,20	30,0%	19.168,80	70,0%
Muebles y enseres	15.155,00	3.031,00	20,0%	12.124,00	80,0%
Equipos Oficina	436,00	87,20	20,0%	348,80	80,0%
Equipos Computación	2.080,00	416,00	20,0%	1.664,00	80,0%
Capital de Trabajo	426.059,07	255.635,44	60,0%	170.423,63	40,0%
TOTAL DE INVERSIONES	545.114,07	324.584,84	60%	220.529,23	40%

Elaborado por: Veloz, A.

Como apreciamos en la presente tabla se puede identificar que el 60% del total de los recursos son propios, y el 40% restante será financiado.

Financiamiento

Una vez que se ha presupuestado y analizado los costos de los activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo. Se ha determinado que se adquirirá un crédito al Banco Bolivariano, a una tasa de interés del 10.52% anual a cinco años. A continuación se detalla el crédito:

VALORES INICIALES				VALORES FINALES		
Capital:	220.529,23			Total pagado:	284.533,11	
Tiempo:	60	(en meses)		Interés total:	64.003,88	
Interés:	0,88%	(mensual)		Cuota Mensual:	4.742,22	
	10,52%	(anual)				
Cuota	Capital	Cuota mensual	Cuota Capital	Cuota Interés	Capital Reducido	Interés Acumulado
1	220.529,23	4.742,22	2.808,91	1.933,31	217.720,32	1.933,31
2	217.720,32	4.742,22	2.833,54	1.908,68	214.886,78	3.841,99
3	214.886,78	4.742,22	2.858,38	1.883,84	212.028,40	5.725,83
4	212.028,40	4.742,22	2.883,44	1.858,78	209.144,97	7.584,61
5	209.144,97	4.742,22	2.908,71	1.833,50	206.236,25	9.418,11
6	206.236,25	4.742,22	2.934,21	1.808,00	203.302,04	11.226,12
7	203.302,04	4.742,22	2.959,94	1.782,28	200.342,10	13.008,40
8	200.342,10	4.742,22	2.985,89	1.756,33	197.356,21	14.764,73
9	197.356,21	4.742,22	3.012,06	1.730,16	194.344,15	16.494,89
10	194.344,15	4.742,22	3.038,47	1.703,75	191.305,68	18.198,64
11	191.305,68	4.742,22	3.065,11	1.677,11	188.240,58	19.875,75
12	188.240,58	4.742,22	3.091,98	1.650,24	185.148,60	21.526,00
13	185.148,60	4.742,22	3.119,08	1.623,14	182.029,52	23.149,13
14	182.029,52	4.742,22	3.146,43	1.595,79	178.883,09	24.744,92
15	178.883,09	4.742,22	3.174,01	1.568,21	175.709,08	26.313,13
16	175.709,08	4.742,22	3.201,84	1.540,38	172.507,25	27.853,51
17	172.507,25	4.742,22	3.229,90	1.512,31	169.277,34	29.365,83
18	169.277,34	4.742,22	3.258,22	1.484,00	166.019,12	30.849,83
19	166.019,12	4.742,22	3.286,78	1.455,43	162.732,34	32.305,26
20	162.732,34	4.742,22	3.315,60	1.426,62	159.416,74	33.731,88
21	159.416,74	4.742,22	3.344,67	1.397,55	156.072,07	35.129,43
22	156.072,07	4.742,22	3.373,99	1.368,23	152.698,09	36.497,67
23	152.698,09	4.742,22	3.403,57	1.338,65	149.294,52	37.836,32

Continúa →

24	149.294,52	4.742,22	3.433,40	1.308,82	145.861,12	39.145,13
25	145.861,12	4.742,22	3.463,50	1.278,72	142.397,62	40.423,85
26	142.397,62	4.742,22	3.493,87	1.248,35	138.903,75	41.672,20
27	138.903,75	4.742,22	3.524,50	1.217,72	135.379,26	42.889,93
28	135.379,26	4.742,22	3.555,39	1.186,82	131.823,86	44.076,75
29	131.823,86	4.742,22	3.586,56	1.155,66	128.237,30	45.232,41
30	128.237,30	4.742,22	3.618,00	1.124,21	124.619,29	46.356,62
31	124.619,29	4.742,22	3.649,72	1.092,50	120.969,57	47.449,12
32	120.969,57	4.742,22	3.681,72	1.060,50	117.287,85	48.509,62
33	117.287,85	4.742,22	3.713,99	1.028,22	113.573,86	49.537,84
34	113.573,86	4.742,22	3.746,55	995,66	109.827,30	50.533,50
35	109.827,30	4.742,22	3.779,40	962,82	106.047,90	51.496,32
36	106.047,90	4.742,22	3.812,53	929,69	102.235,37	52.426,01
37	102.235,37	4.742,22	3.845,96	896,26	98.389,42	53.322,27
38	98.389,42	4.742,22	3.879,67	862,55	94.509,75	54.184,82
39	94.509,75	4.742,22	3.913,68	828,54	90.596,06	55.013,36
40	90.596,06	4.742,22	3.947,99	794,23	86.648,07	55.807,58
41	86.648,07	4.742,22	3.982,60	759,61	82.665,47	56.567,20
42	82.665,47	4.742,22	4.017,52	724,70	78.647,95	57.291,90
43	78.647,95	4.742,22	4.052,74	689,48	74.595,21	57.981,38
44	74.595,21	4.742,22	4.088,27	653,95	70.506,94	58.635,33
45	70.506,94	4.742,22	4.124,11	618,11	66.382,84	59.253,44
46	66.382,84	4.742,22	4.160,26	581,96	62.222,57	59.835,40
47	62.222,57	4.742,22	4.196,73	545,48	58.025,84	60.380,88
48	58.025,84	4.742,22	4.233,53	508,69	53.792,31	60.889,57
49	53.792,31	4.742,22	4.270,64	471,58	49.521,68	61.361,15
50	49.521,68	4.742,22	4.308,08	434,14	45.213,60	61.795,29
51	45.213,60	4.742,22	4.345,85	396,37	40.867,75	62.191,66
52	40.867,75	4.742,22	4.383,94	358,27	36.483,81	62.549,94
53	36.483,81	4.742,22	4.422,38	319,84	32.061,43	62.869,78
54	32.061,43	4.742,22	4.461,15	281,07	27.600,28	63.150,85
<i>Continúa →</i>						

55	27.600,28	4.742,22	4.500,26	241,96	23.100,03	63.392,81
56	23.100,03	4.742,22	4.539,71	202,51	18.560,32	63.595,32
57	18.560,32	4.742,22	4.579,51	162,71	13.980,81	63.758,04
58	13.980,81	4.742,22	4.619,65	122,57	9.361,16	63.880,60
59	9.361,16	4.742,22	4.660,15	82,07	4.701,01	63.962,67
60	4.701,01	4.742,22	4.701,01	41,21	(0,00)	64.003,88
TOTALES		284.533,11	220.529,23	64.003,88		

Elaborado por: Veloz, A.

Amortización

A continuación se presenta la tabla de amortización de la deuda de la Empresa Catering, este es la siguiente:

Resumen Cuadro de Amortización

AÑOS	CAPITAL	INTERÉS	CUOTA
1	35.380,63	21.526,00	56.906,62
2	39.287,48	17.619,14	56.906,62
3	43.625,75	13.280,87	56.906,62
4	48.443,06	8.463,56	56.906,62
5	53.792,31	3.114,31	56.906,62
TOTAL	220.529,23	64.003,88	284.533,11

Elaborado por: Veloz, A.

5.8. Estados financieros

Los datos se pronostican con un año de anticipación. Los estados de ingresos de la empresa de catering muestran los ingresos y costos proyectados, en tanto que el balance muestra la posición financiera esperada, es decir, activo, pasivo y capital contable al finalizar el periodo pronosticado mismo que se realiza con un año de anticipación.

5.9. Estado de resultados (pérdidas y ganancias)

El objetivo del estado de resultados es calcular la utilidad o pérdida del proyecto, en un lapso de tiempo determinado, y se obtiene de la resta de los ingresos contra todos los costos e impuestos que se debe pagar. (Kume, 2012)

En el siguiente cuadro se muestra el Estado de resultados proyectado desde el 2015 al 2019:

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO						
	CONCEPTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(+)	INGRESOS	269.215,72	407.184,32	608.634,50	901.201,83	1.324.165,90
(-)	COSTO DE VENTAS	398.247,50	408.761,76	418.227,11	428.048,36	438.238,89
=	UTILIDAD BRUTA	-129.031,79	-1.577,44	190.407,38	473.153,46	885.927,01
(-)	GASTOS ADMINISTRATIVOS	28.448,50	22.590,96	23.022,07	22.782,64	23.260,57
=	UTILIDAD OPERACIONAL	-157.480,29	-24.168,40	167.385,32	450.370,82	862.666,44
(-)	GASTOS FINANCIEROS	21.526,00	17.619,14	13.280,87	8.463,56	3.114,31
(-)	GASTOS COMERCIALIZACION	1.100,00	1.141,36	1.184,28	1.228,80	1.275,01
=	UTILIDAD ANTES DE REPARTO	-180.106,28	-42.928,90	152.920,17	440.678,45	858.277,13
(-)	15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	0,00	0,00	22.938,03	66.101,77	128.741,57
=	UTILIDAD ANTES IMPUESTOS	-180.106,28	-42.928,90	129.982,14	374.576,68	729.535,56
(-)	IMPUESTO A LA RENTA	0,00	0,00	28.596,07	82.406,87	160.497,82
=	UTILIDAD NETA	-180.106,28	-42.928,90	101.386,07	292.169,81	569.037,73

Elaborado por: Veloz, A.

5.10. Estado de origen y aplicación de fondos

Este Balance de Situación representa la posición financiera del Catering, con los valores que da inicio las actividades en activos, pasivos y el capital.

Balance General

A continuación se presenta el Balance General de la Empresa Catering de Eventos y Banquetes, esta es la siguiente:

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL DE LA EMPRESA CATERING EVENTOS Y BANQUETES		
<u>ACTIVOS</u>		
Corrientes		426.059,07
Efectivo	426.059,07	
Inventarios	-	
	<hr/>	
Fijos		119.055,00
No Depreciables		
Terreno	36.000,00	
Depreciables		
Edificios	20.000,00	
Vehículo	18.000,00	
Maquinaria y Equipo	27.384,00	
Muebles y enseres	15.155,00	
Equipos Oficina	436,00	
Equipos Computación	2.080,00	
Activos Diferidos		2.040,00
Gastos de Constitución	2.040,00	
TOTAL ACTIVOS		<hr/> 547.154,07 <hr/>
<u>PASIVO</u>		
A corto Plazo		-
Proveedores	-	
A largo plazo		220.529,23
Préstamo Bancario	220.529,23	
<u>PATRIMONIO</u>		
Capital social	326.624,84	-
Fondos de Operación		326.624,84
TOTAL pasivo + PATRIMONIO		<hr/> 547.154,07 <hr/>

Elaborado por: Veloz, A.

5.11. Flujo de Efectivo o Caja

La proyección del flujo de caja es uno de los estados financieros y la forma más importante del estudio del proyecto, ya que la evaluación del mismo se efectuará sobre los resultados que en ella se determinen. (MINTUR, 2014, pág. 27)

El flujo de caja mide los ingresos y egresos en efectivo que se estima tendrá una empresa en un período determinado, permitiendo observar si realmente necesita financiamiento y si va a contar con los recursos necesarios para pagar las diferentes obligaciones que mantiene.

A continuación se presenta el flujo de caja del proyecto desde el 2014 al 2019:

FLUJO DE CAJA						
RUBROS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
UTILIDAD NETA		-180.106,28	-42.928,90	101.386,07	292.169,81	569.037,73
DEPRECIACIONES		9.590,83	9.590,83	9.590,83	8.897,50	8.897,50
VALOR RESIDUAL						36.487,50
CAPITAL DE TRABAJO						426.059,07
INVERSIONES	545.114,07					
PRÉSTAMO	220.529,23					
AMORTIZACIÓN DEUDA		35.380,63	39.287,48	43.625,75	48.443,06	53.792,31
FLUJO NETO DE CAJA	(324.584,84)	(205.896,08)	(72.625,55)	67.351,16	252.624,25	986.689,49

Elaborado por: Veloz, A.

5.12. Evaluación financiera

La evaluación del proyecto tiene por objetivo definir la mejor alternativa para la inversión, una vez que se ha determinado que el proyecto es viable financieramente, se aplicará los criterios de evaluación, para determinar su importancia tanto para el inversionista, como para la economía nacional. La evaluación financiera se basará en la verificación y análisis de la información contenida en el estudio financiero del proyecto. (IG Consulting, 2014)

La evaluación financiera de proyectos está destinada a observar los factores involucrados en la concreción de un proyecto. Sin ella, una entidad comercial no tiene

la información necesaria para tomar una decisión fundada sobre los alcances y riesgos de un proyecto.

Determinación de la tasa de descuento

Tasa de Descuento

La tasa de descuento es la diferencia expresada en términos porcentuales, entre el precio que se paga por un título y su valor nominal, siendo este último superior al primero y sujeto a ser rescatado en una fecha determinada. (Eco- Finanzas, 2013)

Tasa de Descuento

$$I = (T.P * \%R.P) + T.A * (1-t) * \%P + \text{Riesgo} + \text{Inflación}$$

tasa pasiva	T.P =	4,53%
recursos propios	R.P =	59,63%
tasa activa	T.A =	10,52%
tasa impuestos	t =	0,00%
préstamo	P =	40,37%
	Riesgo =	4,99%
	Inflación =	3,76%

nov-14

$$I = 15,70\%$$

Elaborado por: Veloz, A.

5.13. Valor Actual Neto (VAN)

Valor Presente Neto es una medida del Beneficio que rinde un proyecto de Inversión a través de toda su vida útil; se define como el valor presente de su flujo de Ingresos Futuros menos el Valor Presente de su Flujo de Costos. Es un monto de dinero equivalente a la suma de los flujos de Ingresos netos que generará el proyecto en el futuro.

Es la suma algebraica de la inversión total con signo negativo, más los flujos de caja de cada año, pero actualizados a una tasa referencial llamada la TMAR o costo de capital. (Lara, 2010, págs. 243-244)

Dentro de las consideraciones de aceptación de la VAN se tiene:

- Si el VAN es positivo el proyecto se acepta (existe ganancia).
 - Si el VAN es cero se acepta o se rechaza el proyecto (cubre las inversiones).
 - Si el VAN es negativo se rechaza el proyecto (existe pérdida).
- (Lara, 2010, págs. 243-244).

Desarrollo

CÁLCULO DEL VALOR ACTUAL NETO

AÑOS	FNC	SFNC	(1+i) ⁿ	FNC/(1+i) ⁿ
0	-324.584,84			-324.584,84
1	-205.896,08	-205.896,08	1,1570	-177.951,79
2	-72.625,55	-278.521,63	1,3387	-54.249,78
3	67.351,16	-211.170,47	1,5489	43.481,84
4	252.624,25	41.453,78	1,7922	140.958,80
5	986.689,49	1.028.143,28	2,0736	475.830,13
SUMAN	1.028.143,28			103.484,36

Elaborado por: Veloz, A.

Al ser el VAN de 103.484,36 el proyecto se muestra viable, debido a que la inversión producirá utilidades por encima de la rentabilidad exigida por los inversionistas del proyecto.

5.14. Tasa interna de retorno (TIR)

La Tasa Interna de Retorno (TIR) es una medida de la rentabilidad de una inversión, mostrando cuál sería la tasa de Interés más alta a la que el proyecto no genera ni pérdidas ni ganancias. Son todos los flujos de fondo del proyecto, se define operacionalmente como la tasa que mide la rentabilidad del proyecto en términos porcentuales. El criterio de la TIR evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por el periodo con la cual la totalidad de beneficios actualizados son exactamente iguales a los costos expresados en moneda actual. (Eco. Canelos, pág. 154).

Criterios para evaluar la TIR

- Si la TIR > TD: Los ingresos > egresos, significa que se cubre el requerimiento de la inversión inicial, es decir se recupera el capital de trabajo, generando excedentes de dinero (el proyecto se acepta)
- Si la TIR < TD: Los ingresos < egresos, significa que no se cubre el requerimiento de la inversión inicial, es decir que no se recupera el capital de trabajo por lo cual no hay excedente de dinero (el proyecto se rechaza)
- Si la TIR = TD: Los ingresos = egresos, significa que apenas se cubre el requerimiento de la inversión, es decir, que solo se recupera el capital de trabajo y no hay ni pérdida ni ganancia (el proyecto se puede o no aceptar)

La fórmula de interpolación para calcular el TIR es la siguiente:

$$T.I.R = Tm + (TM - Tm) \left[\frac{V.A.N Tm}{V.A.N Tm - V.A.N TM} \right]$$

Desarrollo

CÁLCULO DE LA TIR			
AÑOS	FNC	VAN CON Tm	VAN CON TM
		19%	23%
0	-324.584,84	-324.584,84	-324.584,84
1	-205.896,08	-173.021,91	-167.395,19
2	-72.625,55	-51.285,61	-48.004,20
3	67.351,16	39.967,24	36.193,43
4	252.624,25	125.975,82	110.370,90
5	986.689,49	413.471,61	350.473,31
SUMAN:		30.522,31	-42.946,59

Elaborado por: Veloz, A.

Tm:	19,00%
TM:	23,00%
VPN_m:	30.522,31
VPN_M:	(42.946,59)
TIR:	20,66%

Elaborado por: Veloz, A.

La TIR calculada se compara con la tasa de descuento y si es mayor, es conveniente realizar la inversión como es el caso del presente proyecto, ya que la tasa de la TIR es del 20.66% y es mayor a la tasa de descuento que es del 15.70%, lo cual demuestra que la rentabilidad es mayor a la esperada por los inversionistas.

5.15. Periodo de recuperación de la inversión

Es el tiempo requerido para recuperar la inversión original en medida de la rapidez con que el proyecto reembolsará el desembolso original del capital.

Esta técnica toma en cuenta el valor del dinero a través del tiempo.

A continuación se presenta el cálculo del periodo de recuperación del Catering de Eventos y Banquetes, este es el siguiente:

PRI DEL PROYECTO			
AÑO	FLUJO NETO DE CAJA	FLUJO NETO DE CAJA ACTUALIZADO	FLUJO NETO DE CAJA ACTUALIZADO ACUMULADO
0	(324.584,84)	(324.584,84)	(324.584,84)
1	(205.896,08)	(177.951,79)	(502.536,63)
2	(72.625,55)	(54.249,78)	(556.786,42)
3	67.351,16	43.481,84	(513.304,58)
4	252.624,25	140.958,80	(372.345,78)
5	986.689,49	475.830,13	103.484,36

Elaborado por: Veloz, A.

Cálculo:

Periodo de Recuperación

$$= \frac{\text{Inversión Neta}}{\text{Ingreso neto anual proveniente de la Inversión}}$$

$$\text{Periodo de Recuperación} = \frac{475830,13}{103.484,36}$$

$$\text{Periodo de Recuperación} = 2.29$$

Como se puede identificar el periodo de recuperación del presente proyecto es de 2 años, 2 meses, con 2 días. Pero se debe tener en cuenta la pérdida de los dos primeros años, lo cual nos indica que la recuperación total de la inversión será a los 4 años, 2 meses y 2 días.

5.16. Relación costo beneficio

El análisis costo beneficio es una técnica que permite valorar inversiones teniendo en cuenta aspectos, de tipo social y medioambiental, que no son considerados en las valoraciones puramente financieras. Su origen se remonta a la primera mitad del siglo XX cuando, en Estados Unidos, se estableció un sistema para considerar los efectos sociales de las obras hidráulicas. Desde entonces, este tipo de análisis se utiliza especialmente en las inversiones públicas, en las que, además de los aspectos puramente económicos, es necesario considerar los efectos sobre el bienestar social.

Fórmula:

$$RBC = \frac{\text{Ingreso Actualizado}}{\text{Costo Actualizado}}$$

Criterio

El análisis de relación B/C, toma valores mayores, menores o iguales a 1, lo que implica que:

- $B/C > 1$ implica que los ingresos son mayores que los costos, entonces el proyecto es aconsejable.
- $B/C = 1$ implica que los ingresos son iguales que los costos, entonces el proyecto es indiferente.
- $B/C < 1$ implica que los ingresos son menores que los costos, entonces el proyecto no es aconsejable.

Desarrollo

AÑOS	BENEFICIOS	COSTOS	COEFICIENTE $(1-i)^n$ $i = \text{TMAR} = 0,1222$	BENEFICIOS ACTUALIZADOS	COSTOS ACTUALIZADOS
0		-324.584,84	1,00		-324.584,84
1	269.215,72	449.322,00	1,16	232.677,67	388.339,86
2	407.184,32	450.113,22	1,34	304.158,26	336.225,27
3	608.634,50	455.714,33	1,55	392.933,84	294.208,73
4	901.201,83	460.523,37	1,79	502.850,88	256.961,96
5	1.324.165,90	465.888,77	2,07	638.577,83	224.674,45
TOTAL				2.071.198,48	1.175.825,41
B/C				1,76	

Elaborado por: Veloz, A.

De acuerdo a los resultados del costo/beneficio obtenidos, nos indica que la propuesta es viable, debido a sus valores son positivos. Es decir, el porcentaje de recuperación es de 1.76% para el proyecto. Es decir del $1.76 - 1$ se obtiene como resultado un \$ 0.76 centavos como beneficio para el proyecto

CONCLUSIONES

- Se determina que la empresa presenta oportunidades para estabilizarse dentro del mercado sus productos y servicios, puesto que la capacidad de la misma la hace factible, además de sus costos que le brindan una oportunidad de posicionarse.
- El direccionamiento estratégico de la empresa se encuentra basado en los principales valores empresariales establecidos a través de la misión y visión, mismos que pretenden conseguir los objetivos planteados para el posicionamiento de la empresa.
- Se evidencia que el lugar de ubicación de la empresa es de fácil acceso y se encuentra muy visible ante los posibles clientes, establecido a través estudio técnico del mismo modo que los recursos tanto material, humano y financieros utilizados para la implementación de la empresa.
- Se estableció cada uno de los procesos implicados en el servicio a fin de reducir los tiempos de producción y los costos de los mismos, en cuanto a la gestión operativa de la empresa.
- A través de la evaluación financiera se obtuvo que el VAN de 103.484,36 lo cual demuestra que el proyecto es viable, mientras el TIR es del 20,66 % y es mayor a la tasa de descuento que es del 15.70%, lo cual demuestra que la rentabilidad es mayor a la esperada por los inversionistas.
- El periodo de recuperación de la inversión del presente proyecto es de 2 años, 2 meses, con 2 días. Pero se debe tener en cuenta la pérdida de los dos primeros años, lo cual nos indica que la recuperación total de la inversión será a los 4 años, 2 meses y 2 días.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda a la empresa ir adecuando la capacidad instalada conforme el incremento de la demanda, estableciendo el número mínimo de eventos que debe cubrir la empresa en un año de vida productiva.
- La empresa debe enfocarse en cumplir eventos sociales como eventos empresariales, fiestas, etc., puesto que son los de mayor concurrencia generando oportunidades de atraer nuevos clientes para la misma.
- La empresa debe contar con materia prima, materiales, equipos e insumos de buena calidad y en las mejores condiciones, además de contar con el personal especializado en cada área con el objetivo de brindar un servicio de alta calidad y satisfacer las necesidades de sus clientes.
- Se recomienda crear convenios con los proveedores de los materiales a fin de mantener los precios y los costos de producción no incrementen protegiendo la rentabilidad de la empresa.

BIBLIOGRAFÍA

- Alacreu, J. R. (2008), *Gestión de banquetes*, España: Síntesis.
- Eco. Canelos, R. (s.f.). *Formulación y evaluación de un plan de Negocios*.
- Fleitman, F. (2000). *Direccionamiento estratégico de una empresa*. México: McGraw Hill.
- Guambi, D. (Agosto de 2004). Proyecto de factibilidad para la implementación de una empresa de catering social temático. *Tesis previa la obtención del Título de Licenciatura en Gastronomía*. Quito, Pichincha, Ecuador: Universidad Tecnológica Equinoccial.
- INEC. (2010). *Fascículo Cotopaxi*. Riobamba: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.
- Jaramillo, C. (2014). *Abre un negocio exitoso de la mano de los expertos*. Mexico.
- KINTON, R., Victor, C., & David, F. (2000). *Teoría del Catering*. España: Hodder and Stoughton Limited.
- Lara, B. (2010). *Como elaborar proyectos de inversión, paso a paso*. Quito: Oseas Espín.
- Luis, D. M. (2007). *Manual practico de Recepción Hotelera*. Mexico: Trillas.
- Meneses, E. (2001). *Preparación y Evaluación de proyectos*. Quito, Ecuador: Tercera edición. Ediciones Tierra.
- Meneses, E. (2012). *Preparación y Evaluación de Proyectos*.
- Oseguera, J. A. (s.f.). *Plan de negocios*. Mexico: Impresiones Aéreas S.A.
- Risco, L. (2013). *Economía de la Empresa*. Estados Unidos.
- Sesmero, J. (2011). *Aprovisionamiento y montaje para servicios de catering*. Innovación y cualificación, S.L.
- Urbina, G. B. (1995). *Evaluación de Proyectos*. Mexico: McGraw-Hill Interamericana de Mexico, S.A de C.V.
- Urbina, G. B. (1997). *Evaluación de proyectos*. Mexico: D'Vinni.

NETGRAFÍA

- Eco- Finanzas. (2013). *Diccionario de Economía- Admisnitración - Finanzas y Marketing*. Recuperado el 15 de Noviembre del 2014, Obtenido de Tasa de Descuento:
http://www.ecofinanzas.com/diccionario/T/TASA_DE_DESCUENTO.htm
- INEN. (2008). *www.qualiturecuador.com*. Recuperado el 19 de Mayo de 2014, de http://www.qualiturecuador.com/contenidos/areas/normas_inen/INEN2452-08.pdf
- Planner, W. (1999). *e How en español*. Recuperado el 15 de 04 de 2014, de http://www.ehowenespanol.com/tipos-servicios-banquete-lista_318601/
- Wordpress. (12 de Mayo de 2006). *Promonegocios*. Recuperado el 09 de Agosto de 2014, de <http://www.promonegocios.net/demanda/definicion-demanda.html>
- Xuletas. (26 de Septiembre de 2008). *Xuletas*. Recuperado el 15 de Noviembre del 2014. Obtenido de Estudio técnico: <http://www.xuletas.es/ficha/estudio-tecnico/>

ANEXOS

ENCUESTA



Esta encuesta tiene como finalidad investigar el mercado potencial del servicio, si tendrá aceptación en el medio y como debe el producto ser presentado al público para evitar errores y calcular riesgos del emprendimiento del negocio.

INFORMACIÓN PERSONAL

SEXO: M ___ F ___

EDAD: de 20 a 30 ___ de 30 a 40 ___ de 50 a 60 ___ de 60 en adelante ___

OCUPACIÓN:

Estudiante universitario ___ Ejerce libre ejercicio de profesión ___

Empleado privado ___ Jubilado ___

Empleado público ___ Otros ___ _____

INGRESOS PROMEDIO:

100 -340 ___ 341-680 ___ 681-1000 ___ 1001-1500 ___ 1501 EN ADELANTE ___

CUESTIONARIO

1. ¿Contrataría usted una empresa que le brinde el servicio de banquetes y asistencia para su evento social?

Sí_____ No_____

(Si responde si, sigue con la encuesta, caso contrario termina la encuesta)

2. ¿Usted ha contratado anteriormente una empresa que brinde el servicio de banquetes y eventos sociales?

Sí_____ No_____

(Si responde NO, pasar a la pregunta número 4)

3. ¿Cómo califica el servicio proporcionado?

Excelente____ Bueno____ Regular____ Malo____

4. ¿En qué ocasión contrataría este tipo de servicio?

Sólo para un evento social muy importante (boda, bautizo, 15 años) _____

Para que otro tipo de evento social contrataría este servicio _____

5. ¿Qué es más importante para usted al momento de prestarle el servicio?

a) Que tenga experiencia dentro de la organización de eventos

b) Que ofrezca nuevas opciones

c) Que tenga buenos precios

d) Que esté cerca donde va a realizar su evento

e) Que tenga variedad en los productos que ofrece

6. ¿Cuál sería el principal elemento que la empresa de banquetes y eventos sociales le gustaría que le ofrezca?

Animación_____

Menaje_____

Imagen_____

Transportación_____

Otros_____

7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar, por persona, por un buffet, cena o banquete para un evento social?

Entre 9usd – 12usd _____

Entre 13usd – 16usd _____

Entre 17usd – 20usd _____

Entre 21usd – 24usd _____

8. ¿Le interesaría que exista en el mercado una nueva empresa de banquetes y eventos sociales que presente nuevas y variadas opciones que se ajusten a sus necesidades?

Sí _____ No _____

9. ¿Cómo le gustaría a usted que fuera la forma de pago del servicio?

Efectivo _____ Tarjeta de crédito _____ Otro _____

especifique _____

Gracias por su tiempo y colaboración, sus respuestas serán muy útiles para el desarrollo del trabajo de investigación.

MENÚS

MENÚ 1

ENTRADA

Crepes de Jamón

PLATO FUERTE

Lomo de Res en salsa de Vino Tinto

Chuleta de cerdo en salsa de naranja

POSTRE

Selva Negra

Tarta de limón brulée

Mousse de chocolate

Valor \$ 12 por personas más impuestos

MENÚ 2

ENTRADA

Canelones de Pollo

Cocktail de Camarones

Ensalada Cesar con Croutones y queso Parmesano

PLATO FUERTE

Pollo enrollado con espinaca a los tres coulis

Filete de lomo en salsa de champiñones

POSTRE

Parfait de Café

Bavaroise de fruta

Crepes de frutilla en su salsa

Valor \$ 16 por personas más impuestos

MENÚ 3

ENTRADA

Ensalada Waldorf
Camarones al ajillo
Sopa cremosa de espárragos

PLATO FUERTE

Filete de Corvina al vapor, salsa tártara
Pavo con páprika y almendras
Medallones de Pavo en salsa de ciruelas

POSTRE

Tiramisú
Brownie con coulis de mora
Mousse de chocolate o durazno

Valor \$ 21 por personas más impuestos

Nota: en todos los menús incluyen:

- Salón
- Menú elegido más guarnición al gusto del cliente
- Una Bebida Gaseosa
- Un arreglo floral de Centro de la mesa
- Servicio de saloneros
- Música

RECETAS

MENÚ 1

ENTRADA

RECETA

Grupo:	ENTRADA		
Nombre del Plato:	Crepes de Jamón		
Porción:	4		
Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo total
1,00	Huevos	0,09	0,09
0,50	Harina	0,60	0,30
0,12	leche Descremada	1,20	0,14
0,02	Mantequilla derretida	1,30	0,03
0,10	Aceite	1,00	0,10
2,00	Zanahoria	0,10	0,20
1,10	Apio	0,10	0,11
0,50	Puerro	0,10	0,05
0,20	Jamón	2,30	0,46
0,05	Nuez moscada	6,00	0,30
	Subtotal		1,78
	Utilidad 10%		0,18
	Total		1,96

PLATO FUERTE

RECETA N° 1

Grupo:	PLATO FUERTE		
Nombre del Plato:	Lomo de Res en Salsa de Vino Tinto		
Porción:	4		
Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo total
0,70	Lomo de Res	3,30	2,31
0,01	Vino tinto	25,00	0,15
0,00	Vino Dulce	35,00	0,11
0,00	Caldo Oscuro	0,00	0,00
0,16	Aceitunas	1,50	0,24
0,05	Jugo de Limón	1,80	0,09
	Subtotal		2,90
	Utilidad 10%		0,29
	Total		3,18

PLATO FUERTE

RECETA N° 3

Grupo:	PLATO FUERTE		
Nombre del Plato:	Chuleta de Cerdo en Salsa de Naranja		
Porción:	4		
Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo total
1,00	Chuleta de Cerdo	4,00	4,00
0,45	Crema Azul	5,00	2,25
0,07	Zumo de Naranja	0,50	0,04
0,07	Ensalada Mixta	0,60	0,04
0,30	Arroz	0,50	0,15
0,20	Sal	0,30	0,06
0,15	Pimienta	0,20	0,03
	Subtotal		6,57
	Utilidad 10%		1,31
	Total		7,88

POSTRE

RECETA N° 1

Grupo:	POSTRE		
Nombre del Plato:	Selva Alegre		
Porción:	6		
Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo total
6,00	Huevos	0,10	0,60
1,00	Harina	0,60	0,60
0,25	Azúcar	0,50	0,13
0,30	Mantequilla	1,30	0,39
0,15	Cocoa	1,25	0,19
0,03	Esencia de Vainilla	1,20	0,04
0,32	Crema de Dulce	1,60	0,51
0,15	Azúcar en Polvo	1,40	0,21
0,02	Ron	12,00	0,24
0,50	Cerezas	2,00	1,00
2,00	Chocolate	1,15	2,30
0,02	Almíbar	2,50	0,05
	Subtotal		6,25
	Utilidad 10%		0,63
	Total		6,88

POSTRE

RECETA N° 2

Grupo:	POSTRE		
Nombre del Plato:	Tarta de limón Brulée		
Porción:	4		
Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo total
0,2	Harina	0,60	0,12
0,4	Mantequilla	1,86	0,74
0,15	Azúcar en polvo	1,40	0,21
0,02	Ralladura de Limón	1,20	0,02
0,5	Esencia de Vainilla	0,60	0,30
0,2	azúcar	0,50	0,10
4	Huevo	0,10	0,40
0,2	Leche	0,80	0,16
0,5	Maicena	1,20	0,60
6	Menta	0,10	0,60
	Subtotal		3,26
	Utilidad 10%		0,81
	Total		4,07

POSTRE

RECETA N° 3

Grupo:	PLATO FUERTE		
Nombre del Plato:	Mousse de Chocolate		
Porción:	4		
Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo total
0,60	Yema de huevo	0,10	0,06
0,30	Azúcar	0,50	0,15
0,20	Crema de Leche	2,00	0,40
0,30	Azúcar impalpable	3,00	0,90
0,10	Gelatina sin sabor	1,10	0,11
0,03	Chocolate cobertura	1,20	0,04
0,40	Claros de Huevo	0,10	0,04
0,05	Esencia de Vainilla	0,60	0,03
	Subtotal		1,73
	Utilidad 10%		0,43
	Total		2,16

MENÚ 2

ENTRADA

RECETA N° 1

Grupo:		ENTRADA	
Nombre del Plato:		Canelones de Pollo	
Porción:		6	
Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo total
0,50	Canelones de Pasta Dura	2,50	1,25
0,15	Salsa de Tomate	0,80	0,12
0,15	Queso Parmesano	2,80	0,42
0,10	Mantequilla	1,30	0,13
0,12	Aceite de Oliva	1,80	0,22
1,00	Cebolla Perla	0,10	0,10
0,20	Dientes de ajo	0,15	0,03
0,90	Carne molida de pollo	1,30	1,17
0,50	Apio	0,10	0,05
0,01	Vino Blanco	8,00	0,05
0,20	Jamón	2,85	0,57
2,00	Huevos	0,10	0,20
0,60	Perejil	0,10	0,06
0,04	Nuez moscada	6,00	0,24
1,00	Albahaca	0,10	0,10
0,20	Leche caliente	0,80	0,16
0,05	Harina	0,60	0,03
Subtotal			4,89
Utilidad 10%			1,22
Total			6,12

ENTRADA

RECETA N° 2

Grupo:		ENTRADA	
Nombre del Plato:		Cocktail de Camarones	
Porción:		6	
Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo total
0,40	Camarón	6,00	2,40
0,05	Cebolla	0,10	0,01
0,01	Pimiento Verde	1,40	0,01
0,05	Salsa de Tomate	0,80	0,04
0,04	Salsa Picante	1,20	0,05
0,03	Zumo de Limón	1,80	0,05
0,05	Aceite de Oliva	1,80	0,09
0,10	Sal	0,60	0,06
Subtotal			2,71
Utilidad 10%			0,68
Total			3,39

ENTRADA**RECETA N° 3**

Grupo:	ENTRADA		
Nombre del Plato:	Ensalada Cesar con Croutones y queso parmesano		
Porción:	4		
Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo total
0,20	Lechuga Romana	0,50	0,10
0,02	Queso Parmesano	4,00	0,08
0,12	Anchoas	1,20	0,14
0,06	Aceite de Oliva	1,80	0,11
2,00	Yemas	0,10	0,20
0,15	Zumo de limón	1,20	0,18
0,07	Cruotones con ajo	1,45	0,10
0,50	Ajo	0,15	0,08
0,05	Sal	0,35	0,02
0,4	Pimienta Negra	0,50	0,20
Subtotal			1,21
Utilidad 10%			0,12
Total			1,33

PLATO FUERTE**RECETA N° 1**

Grupo:	PLATO FUERTE		
Nombre del Plato:	Pollo enrollado con espinaca a los tres coulis		
Porción:	4		
Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo total
1,50	Filete de Pechuga	2,00	3,00
0,50	Espinaca	0,40	0,20
0,25	Aceita de Oliva	1,80	0,45
3,00	Pimiento tres colores	0,15	0,45
1,00	Cebolla perla	0,10	0,10
0,10	dienes de ajo	0,15	0,02
0,25	chile picante	0,20	0,05
0,00	Caldo de pollo	0,00	0,00
0,02	Vinagre balsámico	0,80	0,02
Subtotal			4,28
Utilidad 10%			1,07
Total			5,35

PLATO FUERTE

RECETA N° 2

Grupo:	PLATO FUERTE
Nombre del Plato:	Filete de Lomo en Salsa de Champiñones
Porción:	4

4,5	Descripción	Costo Unitario	Costo total
0,50	Lomo de Res	6,00	3,00
1,00	Cebolla	0,10	0,10
0,30	Champiñones	4,10	1,23
0,45	Harina	0,60	0,27
0,20	Vino Blanco	6,00	1,20
0,03	Crema de Leche	2,00	0,06
0,50	Ensalada Mixta	0,70	0,35
0,30	Sal	0,30	0,09
0,20	Pimienta	0,20	0,04
Subtotal			6,34
Utilidad 10%			1,59
Total			7,93

PLATO FUERTE

RECETA N° 3

Grupo:	PLATO FUERTE
Nombre del Plato:	Lomo de Res en Salsa de Vino Tinto
Porción:	4

Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo total
0,70	Lomo de Res	6,00	4,20
0,08	Vino tinto	25,00	2,00
0,04	Vino Dulce	35,00	1,40
0,00	Caldo Oscuro	0,00	0,00
0,16	Aceitunas	1,50	0,24
0,05	Jugo de Limón	1,80	0,09
Subtotal			7,93
Utilidad 10%			1,98
Total			9,91

POSTRE**RECETA N° 1**

Grupo:	Postre		
Nombre del Plato:	Parfait de Café		
Porción:	6		
Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo total
10,00	Yemas	0,10	1,00
0,50	Café	1,40	0,70
0,30	Azúcar	0,50	0,15
0,10	Agua	0,50	0,05
0,03	Ron	12,00	0,36
0,50	Crema de Dulce	1,00	0,50
0,90	Chocolate	1,10	0,99
	Subtotal		3,75
	Utilidad 10%		0,94
	Total		4,69

POSTRE**RECETA N° 2**

Grupo:	PLATO FUERTE		
Nombre del Plato:	Bavarios de Fruta		
Porción:	4		
Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo total
0,30	Pulpa de Fruta	1,80	0,54
0,30	Azúcar	0,50	0,15
0,30	Crema de Leche	2,00	0,60
0,50	Gelatina sin Sabor	2,80	1,40
1,00	Claras de Huevos	0,10	0,10
0,30	Naranja	1,00	0,30
0,03	Aguacate	1,20	0,04
0,40	Frutilla	2,00	0,80
	Subtotal		3,93
	Utilidad 10%		0,98
	Total		4,91

POSTRE

RECETA N° 3

Grupo: PLATO FUERTE

Nombre del Plato: Crepes de Frutilla en su Salsa

Porción: 4

Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo total
0,70	Leche	0,80	0,56
0,01	Mantequilla	2,70	0,02
6,00	Huevos	0,10	0,60
0,60	Harina	0,60	0,36
0,16	Sal	0,30	0,05
0,12	Azúcar	0,50	0,06
0,40	Relleno	3,00	1,20
0,60	Frutilla	1,00	0,60
0,05	Vino Tinto	8,00	0,40
	Subtotal		3,84
	Utilidad 10%		0,96
	Total		4,81

MENÚ 3

ENTRADA

RECETA N° 1

Grupo:	ENTRADA		
Nombre del Plato:	Camarones al Ajillo		
Porción:	1		
Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo total
0,40	Camaron	8,00	3,20
0,02	Ajo	0,96	0,02
0,60	vino Blanco	6,00	3,60
0,02	Mantequilla	2,70	0,05
0,02	Limón	1,80	0,04
0,60	Sal	0,30	0,18
0,35	Pimienta	0,40	0,14
1,00	Perejil	0,10	0,10
Subtotal			7,32
Utilidad 10%			1,83
Total			9,15

ENTRADA

RECETA N° 2

Grupo:	ENTRADA		
Nombre del Plato:	Ensalada Waldorf		
Porción:	1		
Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo total
0,60	Camaron	8,00	4,80
0,02	Ajo	0,96	0,02
0,65	vino Blanco	6,00	3,90
0,02	Mantequilla	2,70	0,05
0,02	Limón	1,80	0,04
0,60	Sal	0,30	0,18
0,35	Pimienta	0,40	0,14
1,00	Perejil	0,10	0,10
Subtotal			9,22
Utilidad 10%			2,31
Total			11,53

ENTRADA			
RECETA N° 3			
Grupo:	ENTRADA		
Nombre del Plato:	Sopa Cremosa de Espárragos		
Porción:	4		
Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo total
0,90	Leche	0,80	0,72
0,80	Espárragos	2,50	2,00
2,00	Apio	0,10	0,20
2,00	Cebolla Paiteña	0,10	0,20
2,00	Diente de Ajo	0,15	0,30
0,10	Mantequilla	1,20	0,12
0,10	Harina	0,60	0,06
2,00	Laurel	0,50	1,00
0,05	Jugo de Limón	1,80	0,09
0,90	Espárragos Salteados	1,80	1,62
1,00	Perejil	0,10	0,10
Subtotal			6,41
Utilidad 10%			1,60
Total			8,01

PLATO FUERTE			
RECETA N° 1			
Grupo:	PLATO FUERTE		
Nombre del Plato:	Pavo con páfrika y almendras		
Porción:	4		
Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo total
1,00	Pavo	3,50	3,50
0,15	Páfrika	1,80	0,27
1,00	Cebolla Paiteña	0,10	0,10
1,00	Chile morrón	0,15	0,15
1,00	Apio	0,10	0,10
0,20	Mayonesa	0,60	0,12
0,16	Limón	1,45	0,23
0,05	Almendras	1,80	0,09
Subtotal			4,56
Utilidad 10%			1,14
Total			5,70

PLATO FUERTE**RECETA N° 2**

Grupo: PLATO FUERTE
Nombre del Plato: Medallones de Pavo en Salsa de ciruela
Porción: 4

Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo total	
1,00	Pechuga	3,50	3,50	
0,10	Ciruelas	4,00	0,40	
0,04	Zumo de Naranja	0,50	0,02	
0,02	Vino Tinto	6,00	0,12	
0,60	Papas Francesas o Arroz	0,10	0,06	
0,10	Ensalada	0,60	0,06	
0,15	Sal	0,30	0,05	
0,20	Ajo	0,15	0,03	
0,05	Pimienta	0,20	0,01	
	Subtotal			4,25
	Utilidad 10%			1,06
	Total			5,31

PLATO FUERTE**RECETA N° 3**

Grupo: PLATO FUERTE
Nombre del Plato: Filete Corvina al vapor y salsa de tártara
Porción: 4

Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo total	
0,70	Filete de Corvina	5,00	3,50	
1,00	Cebolla Paiteña	0,10	0,10	
1,00	Tomate de Riñón	0,10	0,10	
1,00	Pimiento Verde	0,10	0,10	
0,35	Salsa de Soya	0,80	0,28	
0,30	Mostaza	0,65	0,20	
0,10	Sumo de Limón	1,80	0,18	
0,40	Alcaparras	1,80	0,72	
0,30	Mayonesa	0,80	0,24	
0,25	Pepinillo	0,20	0,05	
0,40	Vegetales y Arroz	1,40	0,56	
1,00	Perejil	0,10	0,10	
0,30	Sal	0,30	0,09	
0,20	Pimienta	0,30	0,06	
	Subtotal			6,28
	Utilidad 10%			1,57
	Total			7,84

POSTRE

RECETA N° 1

Grupo:	POSTRE		
Nombre del Plato:	Tiramizú		
Porción:	4		
Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo total
4,00	Yema	0,10	0,40
0,40	Harina	0,60	0,24
0,20	Azúcar	0,50	0,10
0,80	Café Frio	0,30	0,24
0,10	Cocoa	1,45	0,15
0,20	Esencia de Vainilla	1,30	0,26
0,60	Queso Crema	2,20	1,32
0,30	Crema de dulce	1,20	0,36
1,00	Azúcar en polvo	1,60	1,60
0,03	Ron	12,00	0,36
0,30	Mantequilla	0,45	0,14
Subtotal			5,16
Utilidad 10%			1,29
Total			6,45

POSTRE

RECETA N° 2

Grupo:	POSTRE		
Nombre del Plato:	Brownie		
Porción:	4		
Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo total
4,00	Mantequilla	0,10	0,40
0,40	Azúcar	0,60	0,24
0,20	Chocolate en polvo	0,50	0,10
0,80	Huevos	0,30	0,24
0,10	Harina	1,45	0,15
0,15	Nueces peladas	1,30	0,20
0,60	Polvo de Hornear	2,20	1,32
0,30	Chocolate Colombiano	1,20	0,36
	Mora	12,00	0,36
0,03	Mantequilla	0,45	0,18
0,40	Subtotal		3,54
Utilidad 10%			0,89
Total			4,43
			3
			4,43
			3

POSTRE

RECETA N° 3

Grupo: POSTRE
Nombre del Plato: Mousse de Chocolate
Porción: 4

Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo total
0,60	Yema de huevo	0,10	0,06
0,30	Azúcar	0,50	0,15
0,60	Crema de Leche	2,00	1,20
0,50	Azúcar impalpable	3,00	1,50
0,40	Gelatina sin sabor	1,10	0,44
0,60	Chocolate cobertura	1,20	0,72
0,40	Claros de Huevo	0,10	0,04
0,08	Esencia de Vainilla	0,60	0,05
	Subtotal		4,16
	Utilidad 10%		1,04
	Total		5,20

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS – ESPE
EXTENSIÓN LATACUNGA
INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

CERTIFICACIÓN

Se certifica que el presente trabajo fue desarrollado por la Señorita Andrea Victoria Veloz Jácome bajo mi supervisión.

.....
LIC. ISMAEL GUANOLUISA
DIRECTOR DEL PROYECTO

.....
ING. LENIN MENA
CODIRECTOR DEL PROYECTO

.....
ING. GEOVANY ACOSTA
DIRECTOR DE LA CARRERA

.....
DR. RODRIGO VACA
SECRETARIO ACADÉMICO