

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR. UNIB.E

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS GASTRONÓMICAS

Trabajo de Titulación para la obtención del título de
Ingeniería en Administración de Empresas Gastronómicas.

Tema:

La provisión de servicios “todo incluido”, como un elemento determinante para el crecimiento de la demanda de los servicios de catering de fiestas infantiles, en la ciudad de Quito (Diseño de una Microempresa de Catering para Fiestas Infantiles)

Autor: Angélica María Mejía Hidalgo.

Director: Miguel Ángel Donoso

QUITO, ECUADOR

Marzo – 2012

AUTORÍA

Los criterios emitidos en el presente Trabajo de Graduación o de Titulación “La provisión de servicios “todo incluido”, como un elemento determinante para el crecimiento de la demanda de los servicios de catering de fiestas infantiles, en la ciudad de Quito **(Diseño de una Microempresa de Catering para fiestas infantiles)**”, así como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora del presente trabajo de investigación.

Autorizo a la Universidad Iberoamericana del Ecuador (UNIB.E) para que haga de éste un documento disponible para su lectura o lo publique total o parcialmente, de considerarlo pertinente, según las normas y regulaciones de la Institución, citando la fuente.

.....

Angélica María Mejía Hidalgo

Quito, 06 de marzo del 2012

DEDICATORIA

Al Amor Supremo, principio y fin de todas las cosas.

A toda mi familia y especialmente a mis padres Adolfo y Bella: gestores de mis días.

A la incondicional familia: Iván, Lucía, Vicky y Coco, relación de enseñanza y profundo respeto.

A todos aquellos que impulsaron, de una u otra manera, la consecución y culminación de este esfuerzo.

Y especialmente a cada corazón de niño.

ÍNDICE

	#Páginas
AUTORÍA	I
DEDICATORIA.....	II
ÍNDICE DE GRÁFICOS	4
ÍNDICE DE CUADROS	5
CAPÍTULO I.- INTRODUCTORIO	7
1.1. TEMA	7
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	7
1.2.1. Formulación del Problema	8
1.2.2. Delimitación del Problema.....	8
1.3. JUSTIFICACIÓN	9
1.4. OBJETIVOS.....	10
1.4.1. Objetivo General	10
1.4.2. Objetivos Específicos.....	10
2.1. MARCO TEÓRICO.....	11
2.1.1. Antecedentes, Definición y Clasificación del Catering: General e Infantil	11
2.1.2. Antecedentes y Técnicas Actuales de Pasteles y Bocaditos	14
2.2. MARCO LEGAL	16
2.3. GLOSARIO DE TÉRMINOS.....	19
CAPÍTULO III.- DISEÑO METODOLÓGICO Y RESULTADOS	21
3.1. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN	21
3.1.1. Modalidad Básica de Investigación	21
3.1.2. Nivel o Tipo de Investigación	22
3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA	23
3.2.1. Población	23
3.2.2. Muestra.....	24
3.3. PLAN DE RECOLECCIÓN Y PROCESAMIENTOS DE DATOS	26

3.4.	TABULACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	28
3.5.	CONCLUSIONES DE ENCUESTAS.....	37
	CAPÍTULO IV.- PROPUESTA.....	38
4.1.	EMPRESA.....	38
4.1.1.	Misión.....	38
4.1.2.	Visión	38
4.1.3.	Ubicación	39
4.1.4.	Logotipo	39
4.1.5.	Objetivos Empresariales	40
4.1.6.	Análisis F.O.D.A.....	41
4.1.7.	Servicio	42
4.1.8.	Propuesta General de Menú a Ofrecer	43
4.1.9.	Recetas Estándares	43
4.2.	ESTUDIO DE MERCADO	58
4.2.1.	Propósito	58
4.2.2.	Objetivos del Estudio de Mercado.....	58
4.2.3.	Mix de Marketing.....	59
4.2.4.	Tipo de Mercado Enfoque	62
4.2.5.	Competencia	63
4.3.	ESTUDIO ADMINISTRATIVO.....	64
4.3.1.	Organigrama Inicial	64
4.3.2.	Descripción de Cargos.....	65
4.4.	ESTUDIO LEGAL.....	68
	PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO “Anexos B”:	68
4.5.	PRODUCCIÓN Y OPERACIÓN	71
4.5.1.	Producción Proyectada	72
4.5.2.	Cuadro Servicios Adicionales.....	73
4.5.3.	Cuadro de Mano de Obra Directa e Indirecta.....	74
4.5.4.	Cuadro de Depreciación de Activos	75
4.5.5.	Cuadro del Capital de Trabajo	76

4.5.6.	Cuadro de Resumen de Inversiones	76
4.5.7.	Financiamiento del Proyecto	77
4.5.8.	Cuadro Proyección de Ventas Anuales.....	77
4.5.9.	Cuadro de Flujo de Caja	79
5.1.	Conclusiones.....	81
5.2.	Recomendaciones.....	83
	BIBLIOGRAFÍA	85

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	#Páginas
Gráfico N° 1. Edad de los encuestados.	28
Gráfico N° 2. Sexo de los encuestados.....	29
Gráfico N° 3. Número de hijos de los encuestados.....	29
Gráfico N° 4. Conocimiento acerca del Servicio en Catering Infantil.....	30
Gráfico N° 5. Clientes que les gustaría paquete “Todo Incluido”.....	31
Gráfico N° 6. Necesidades de actividades Infantiles Diversas.....	32
Gráfico N° 7. Interés en conocer los servicios.....	33
Gráfico N° 8. Conocimientos de empresas existentes.....	34
Gráfico N° 9. Tipos de servicios.....	35
Gráfico N° 10. Ambientes para el evento.....	36
Gráfico N° 11. Logotipo Empresarial.....	39
Gráfico N° 12. Menú Empresarial.....	43
Gráfico N° 13. Volante empresarial.....	62
Gráfico N° 14. Organigrama Inicial.....	64

ÍNDICE DE CUADROS

	#Páginas
Cuadro Nº 1. Análisis F.O.D.A.....	41
Cuadro Nº 2. Catálogo del puesto de trabajo de Chef.....	65
Cuadro Nº 3. Catálogo del puesto de trabajo del Administrador.....	66
Cuadro Nº 4. Catálogo del puesto de trabajo del Ayudante de Cocina Eventual.....	67
Cuadro Nº 5. Permisos de Funcionamiento.....	70
Cuadro Nº 6. Equipamiento de la Empresa.....	71
Cuadro Nº 7. Proyección Mensual de la Empresa.....	72
Cuadro Nº 8. Servicios Adicionales de la Empresa.....	73
Cuadro Nº 9. Mano de Obra Directa e Indirecta.....	74
Cuadro Nº 10. Depreciación de Activos.....	75
Cuadro Nº 11. Operación Depreciación de Activos.....	75
Cuadro Nº 12. Capital de Trabajo.....	76
Cuadro Nº 13. Resumen de Inversiones.....	76
Cuadro Nº 14. Proyección de Ventas Anuales.....	78
Cuadro Nº 15. Proyección de Ventas primeros 5 años.....	78
Cuadro Nº 16. Flujo de Caja.....	79

RESUMEN

El presente trabajo de titulación tiene como objetivo implementar el servicio de catering para fiestas infantiles poniendo énfasis en lo denominado “todo incluido”, brindando calidad y excelencia en el producto y servicio ofrecido y enfocados a cubrir la demanda insatisfecha del sector planteado al norte de la ciudad de Quito.

Cabe mencionar que para desarrollar este proyecto emprendedor se realizaron las investigaciones pertinentes para obtener los resultados que demuestran el interés de la comunidad en el servicio.

Del análisis de investigación se concluye que la parroquia Rumipamba que es la propuesta, no cuenta con una oferta directa que acapare esta demanda y a la vez no conocen de este servicio, lo que es satisfactorio y aprovechable ya que se tiene la oportunidad de brindarles a los clientes una alternativa diferente.

Con el estilo de vida actual, es cada día más frecuente este tipo de servicios, en donde el cliente no tiene que preocuparse de nada con respecto a la organización y desarrollo de su evento infantil. Razón por la cual, la propuesta en mención tuvo una excelente acogida, favorable a mi persona, por la oportunidad de negocio y la exigencia de implementar una microempresa que tendrá como objetivo principal, satisfacer los requerimientos de los clientes, asesorarlos y armarles el menú para el evento de sus hijos, sorpresas, decoración, bocaditos, pastelería, recreación, etc.

Con la contratación de este servicio, su evento será un Éxito Garantizado, en donde su niño o niña, se sentirán como príncipes o princesas en un sueño mágico y maravilloso.

CAPÍTULO I.- INTRODUCTORIO

1.1. TEMA

La provisión de servicios “todo incluido”, como un elemento determinante para el crecimiento de la demanda de los servicios de catering de fiestas infantiles, en la ciudad de Quito (Diseño de una Microempresa de Catering para fiestas infantiles).

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Históricamente, la celebración de una fiesta de cumpleaños era cosa de las madres, asumían la tarea de preparar la fiesta infantil de sus hijos, involucrando en tal propósito, en la mayoría de los casos, a los demás miembros de la familia.

En efecto, en un mundo globalizado, fuertemente influido por el consumo y la confortabilidad, es cada día más frecuente la demanda de servicios completos.

Pese a ello, hace poco más de una década, en las grandes ciudades del Ecuador la organización de fiestas familiares, a cargo de personas naturales y jurídicas especializadas, es cada vez más frecuente. Esta oportunidad de negocio ha sido detectada por algunos proveedores de servicios de catering, los cuales, en una búsqueda de diferenciación de la competencia, han ido integrando a su oferta la provisión de servicios asociados, creando una solución eficiente y satisfactoria.

En la actualidad, en el Ecuador existe un importante segmento del mercado que prefiere encargar la organización de fiestas familiares a proveedores especializados. Dentro de este segmento, la organización de fiestas infantiles para celebrar los cumpleaños de los niños y niñas es un hecho que se repite en más de una oportunidad y es cada día más común encontrar a padres de familia que se inclinan por escoger a un solo proveedor el cual se encarga de todo: la provisión de los servicios de alimentación, la música, la diversión y la logística.

En el marco expuesto, la presente investigación se orienta a evidenciar, la oportunidad de negocio que hoy en día constituye el denominado servicio de catering infantil “todo incluido”.

1.2.1. Formulación del Problema

¿En qué medida la provisión de servicios completos, influye en la decisión a la hora de escoger un servicio de catering para fiestas infantiles?

1.2.2. Delimitación del Problema

En materia de catering para fiestas infantiles nada está dicho aún, la visión de la presente propuesta se encuentra enfocada en satisfacer las necesidades de un segmento de la población con la oferta de productos y servicios de primera calidad, aprovechando la oportunidad de negocio que se presenta en la zona mencionada.

Dicho lo anterior, la presente investigación se desarrollará entre junio del 2011 a Noviembre del 2011, en el Distrito Metropolitano de Quito, al noroccidente, en la parroquia Rumipamba.

1.3. JUSTIFICACIÓN

La experiencia como estudiantes universitarios en Administración de Empresas Gastronómicas, ha permitido percibir la oportunidad de negocio que existe en nuestro país, pero que no han sido explotados en su totalidad.

Esta es, en definitiva, la causa que da pie al presente esfuerzo investigativo, viendo como una oportunidad de negocio proveer los servicios de catering para fiestas infantiles, cumpliendo las expectativas del cliente, creando variedad y diversificación en el servicio. Solo un cliente satisfecho es capaz de volver a contratar el servicio o de recomendar su contratación.

El proyecto plantea la importancia dentro del ámbito social, de cada vez tener un mejoramiento continuo en el campo profesional, el investigar sobre temas que aporten a la cultura ecuatoriana, innovando el mercado y desarrollando ventajas competitivas a nivel profesional.

La propuesta que se plantea da la apertura de viabilidad en su totalidad, ya que de esta manera se pretende promover la producción nacional y, beneficiar el mercado demandante de la ciudad de Quito, más específicamente en la parroquia de Rumipamba.

1.4. OBJETIVOS

1.4.1. Objetivo General

Determinar estrategias adecuadas para implementar una microempresa en la provisión de servicios de catering para fiestas infantiles “todo incluido” en la parroquia de Rumipamba de la ciudad de Quito.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Hacer un levantamiento de información mediante observación en la parroquia de Rumipamba, de los mayores y más exitosos proveedores de servicios de catering para fiestas infantiles con oferta “todo incluido”.
- Determinar las preferencias del público mediante encuestas en la parroquia de Rumipamba, en el momento de contratar los servicios.
- Formular paquetes de productos “todo incluido” administrando eficientemente la calidad y los costos del producto.

CAPÍTULO II.- MARCO CONCEPTUAL

2.1. MARCO TEÓRICO

2.1.1. Antecedentes, Definición y Clasificación del Catering: General e Infantil

El catering tiene sus orígenes desde la década de 1930 cuando la aerolínea *Boeing Air Transport* incorpora enfermeras a bordo para atender a los pasajeros y así se sintieran más a gusto y seguros durante su viaje por si se presentara alguna emergencia. Años más tarde, la compañía actualmente conocida como *American Airlines* revoluciona el servicio a bordo implementando el servicio de azafatas que ya no solo atendían con medicamentos a los pasajeros, sino que brindaban bebidas y bocadillos fríos.

La comida a bordo fue desarrollándose con los diferentes avances de la industria alimentaria, es así que el primer paso fue la incorporación de hornos a convección para calentar la comida, que ya es más elaborada, para su servicio. En 1946 con el descubrimiento del horno microondas por Percy Spencer, agiliza los procesos de descongelamiento y temperización de los alimentos.

En la actualidad se puede definir al catering como el servicio de alimentación institucional o alimentación colectiva que provee una cantidad determinada de comida y bebida en fiestas, eventos y presentaciones de diversa índole.¹

¹<http://es.wikipedia.org/wiki/Catering>

Sirve para dar un servicio exclusivo dependiendo del tipo de evento a realizar, por ejemplo hay empresas que elaboran y trasladan los alimentos a sitios remotos. En el servicio se puede incluir desde la comida, bebida, la mantelería, cubertería entre otras, hasta el servicio de cocineros, camareros y personal de limpieza posterior al evento.

Clasificación de Servicios Generales que Presta el Catering.

Desde el punto de vista:

Social:

- Matrimonios.
- Primeras comuniones.
- Confirmaciones.
- Bautizos.
- Fiestas infantiles, entre otras.

De Mercado:

- Asociaciones de ejecutivos.
- Sociedades profesionales.
- Asociaciones científicas.
- Uniones laborales.
- Asociaciones educativas, entre otras.

De su Objetivo:

- Convenciones Corporativas (convenciones, seminarios y juntas).
- Convenciones Institucionales o Asociaciones (congresos, conferencias, grupos deportivos).²

Provisiones del Servicio de Catering

Partiendo de que el servicio de catering consiste, básicamente, en la organización de un evento para un número determinado de personas; las organizaciones o establecimientos que prestan este servicio vendrán determinadas por la distinta forma en su organización, y a qué segmento están dirigidos.

El servicio será puesto según las facilidades que desee el cliente; como facilitarle a este un lugar donde brindarle el servicio (local propio) o realizar la producción en la planta para posteriormente transportarla al lugar del evento (es.wikipedia.org/).

Servicio de Catering Infantil

El Servicio de Catering Infantil se basa en la elaboración de productos temáticos de acuerdo a la exigencia del beneficiario, estos suelen ser comunmente con figuras de acción, caricaturas, animales, circo, entre otros; dando estas

²Vásquez, L. 2009. *Módulo Gestión de Catering, Banquetes y Eventos*: Quito. UNIB.E

caracterizaciones tanto a la decoración, alimentos, y animación de la fiesta con la característica propia del catering que es llevada al domicilio o a donde el cliente lo haya requerido.

En la ciudad de Quito se puede encontrar varias opciones de empresas que brindan este tipo de servicio, sus ofertas gastronómicas son similares entre ellas, careciendo de originalidad y sobre todo de un valor nutricional agregado.

2.1.2. Antecedentes y Técnicas Actuales de Pasteles y Bocaditos

Antecedentes de la Pastelería

La pastelería se remonta desde la época de los egipcios con el inicio de la elaboración del pan sin levaduras cocido sobre piedras calientes, donde hacían mezclas con harina, agua o leche y agregaban miel para darles dulzor, así empezaron adicionarles más ingredientes como semillas, frutas, licores, entre otras³.

Cada cultura fue desarrollando sus propias recetas en pastelería de acuerdo a su producción agrícola, costumbre y tradiciones, trascendiendo de generación en generación y agregando nuevas técnicas para llegar a las recetas que se puede encontrar en la actualidad.

³ <http://www.unipan.cl/hispan/hispan.html>

Técnicas Actuales de Pastelería

Es así que, se tiene en la actualidad recetas de pasteles representativos de regiones, personajes célebres para quienes fue elaborado, o incluso de los autores mismos de cada receta.

La evolución de la pastelería en sus técnicas actuales brinda hoy en día diferentes motivos y decoraciones acorde a cada tipo de celebración, así tenemos, decoraciones con canchas deportivas para agasajos de campeonatos, motivos de figuras animadas para fiestas infantiles, entre otros.

Bocaditos

Los bocaditos son preparaciones pequeñas que se las sirven cuando no se va a ofrecer un menú completo, generalmente se sirven en reuniones sociales, eventos corporativos, coffeebreaks, entre otros.

En sus orígenes las preparaciones básicas han sido canapés, empanadas en hojaldre, vol-au-vent, entre los de sal; y de dulce se tiene milhojas, galletas, bombones, pastas en hojaldre, tartaletas frutales, entre otras.

En la actualidad, se puede encontrar nuevos tipos de bocaditos de acuerdo a las exigencias del público al que la empresa se enfoque; por ejemplo; de sal, empanadas, brochetas, sánduches, hot-dog, pizza; y de dulce, turrones, chocolates, frutas, entre otros.

2.2. MARCO LEGAL

El denominado servicio de catering “todo incluido”, y las empresas líderes en el mercados y sus estrategias; plantean la inclusión de la sociedad en general, en función de procesos que logren beneficios locales y el mejoramiento de las condiciones de vida, y la finalidad de generar servicios que acarrea la provisión de los denominados “paquetes completos” para fiestas infantiles, sus riesgos implícitos y la competencia, basándose en los siguientes fundamentos legales:

2.2.1. REGLAMENTO DE REGISTRO Y CONTROL SANITARIO DE ALIMENTOS

Del Registro Sanitario

Art. 4.- El informe técnico analítico, requisito previo para conceder el registro sanitario, será realizado por los laboratorios del organismo competente del Ministerio de Salud Pública, Instituto Nacional de Higiene, o por la red de laboratorios públicos o privados acreditados por el organismo de acreditación ecuatoriano⁴.

De la Obtención del Registro Sanitario

“Art. 5.- El registro sanitario para productos de fabricación nacional podrá obtenerse sobre la base de uno de los siguientes antecedentes, según el caso”: (www.ecomint.com.ec/).

⁴ <http://www.ecomint.com.ec/sanita.htm>

- a) Obtención previa del informe técnico favorable en virtud de un análisis de control de calidad realizado por uno de los laboratorios mencionados en el Art. 4 de este reglamento; y,
- b) Obtención previa de un certificado de buenas prácticas de manufactura para la planta procesadora⁵.

REGLAMENTO DE BUENAS PRÁCTICAS PARA ALIMENTOS PROCESADOS

NORMA: Decreto Ejecutivo 3253

STATUS: Vigente

PUBLICADO: Registro Oficial 696

FECHA: 4 de Noviembre de 2002

DEFINICIONES

Art. 2.- Para efectos del presente reglamento se tomarán en cuenta las definiciones contempladas en el Código de Salud y en el Reglamento de Alimentos, así como las siguientes definiciones que se establecen en este reglamento:

Ambiente: Cualquier área interna o externa delimitada físicamente que forma parte del establecimiento destinado a la fabricación, al procesamiento, a la preparación, al envase, almacenamiento y expendio de alimentos.

Acta de Inspección: Formulario único que se expide con el fin de testificar el cumplimiento o no de los requisitos técnicos, sanitarios y legales en los establecimientos en donde se

⁵ Reglamento de Registro y Control Sanitario.

procesan, envasan, almacenan, distribuyen y comercializan alimentos destinados al consumo humano.

Buenas Prácticas de Manufactura (B.P.M.): Son los principios básicos y prácticas generales de higiene en la manipulación, preparación, elaboración, envasado y almacenamiento de alimentos para consumo humano, con el objeto de garantizar que los alimentos se fabriquen en condiciones sanitarias adecuadas y se disminuyan los riesgos inherentes a la producción.

Certificado de Buenas Prácticas de Manufactura: Documento expedido por la autoridad de salud competente, al establecimiento que cumple con todas las disposiciones establecidas en el presente reglamento.

HACCP: Siglas en inglés del Sistema de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control, sistema que identifica, evalúa y controla peligros, que son significativos para la inocuidad del alimento.

Higiene de los Alimentos: Son el conjunto de medidas preventivas necesarias para garantizar la inocuidad y calidad de los alimentos en cualquier etapa de su manejo, incluida su distribución, transporte y comercialización⁶.

REQUISITOS HIGIENICOS DE FABRICACION

PERSONAL

Art. 11.- EDUCACION Y CAPACITACION:

Toda planta procesadora de alimentos debe implementar un plan de capacitación continuo y permanente para todo el personal sobre la base de Buenas Prácticas de Manufactura, a fin de asegurar su adaptación a las tareas asignadas.

⁶ Reglamento de las Buenas Prácticas de Manufactura para Alimentos Procesados

Esta capacitación está bajo la responsabilidad de la empresa y podrá ser efectuada por ésta, o por personas naturales o jurídicas competentes. Deben existir programas de entrenamiento específicos, que incluyan normas, procedimientos y precauciones a tomar, para el personal que labore dentro de las diferentes áreas.

2.3. GLOSARIO DE TÉRMINOS

En el presente escrito se facilitará un marco conceptual para definir los conceptos claves que deben estar despejados para la comprensión del tema:

Nutrición: La nutrición es el proceso biológico en el que el organismo asimila los alimentos y los líquidos necesarios para el buen funcionamiento, el crecimiento y el mantenimiento de sus funciones vitales.⁷

Productividad: La productividad “[...] es la razón entre la producción obtenida por un sistema productivo y los recursos utilizados para obtener la misma. También puede ser definida como la relación entre los resultados y el tiempo utilizado para obtenerlos: cuanto menor sea el tiempo que lleve obtener el resultado deseado, más productivo es el sistema [...]”⁸.

FODA: Es un instrumento que analiza la realidad competitiva de una Organización, para detectar relaciones entre variables más importantes y diseñar estrategias

⁷<http://blogdenutricionyalimentacion.blogspot.com/>

⁸ <http://es.wikipedia.org/>

apropiadas del ambiente interno y externo de la misma, y determinar las **Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas.** (es.wikipedia.org/)

CAPÍTULO III.- DISEÑO METODOLÓGICO Y RESULTADOS

3.1. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

El enfoque del proyecto está basado en una investigación descriptiva, constituyéndose en un trabajo social para la provisión de servicios “todo incluido”, mediante estudios comparativos; es decir, análisis de documentos y análisis de casos.

Acentuándose también en una realidad dinámica, se enfoca en una investigación centrándose en determinar la causa-efecto a la influencia de la provisión de servicios “todo incluido”, y el crecimiento de la demanda de los servicios de catering para fiestas infantiles.

3.1.1. Modalidad Básica de Investigación

De Campo

La investigación de campo corresponde a un tipo de diseño de investigación, con el fin de describir de qué modo o por qué causas se produce una situación o acontecimiento particular. La misma que se basa en informaciones obtenidas directamente de la realidad, permitiéndole al investigador cerciorarse de las condiciones reales en que se han conseguido los datos. En otras palabras, el investigador efectúa una medición de los datos.

El investigador acudirá al lugar en donde se produce los hechos para recabar información y procesarla cuantitativa y cualitativamente.

Documental Bibliográfica

La descripción documental es una operación previa a otras operaciones del análisis documental como la clasificación de (libros, revistas), también tiene relación a los soportes informáticos y de nuevas tecnologías de la información (páginas web, entre otras), teniendo como finalidad obtener resultados que pudiesen ser base para el desarrollo de la propuesta final⁹.

En esta investigación se utilizará bibliografía actualizada, especializada, sobre el tema de investigación. De ser necesario se recurrirá a documentos válidos y confiables para fortalecer la investigación. Además, el investigador planteará una alternativa de solución del problema a través de una propuesta factible de aplicar.

3.1.2. Nivel o Tipo de Investigación

Exploratorio

El proyecto tiene un nivel exploratorio, porque se realiza con el propósito de destacar los aspectos fundamentales de una problemática determinada y encontrar los procedimientos adecuados para elaborar una investigación posterior.

⁹ http://www.hipertexto.info/documentos/descr_bib.htm

Descriptivo

Es investigación descriptiva ya que mediante este tipo de investigación, se utiliza el método de análisis, donde se logra caracterizar un objeto de estudio o una situación concreta, señalar sus características y propiedades. Combinada con ciertos criterios de clasificación sirve para ordenar, agrupar o sistematizar los objetos involucrados en el trabajo indagatorio¹⁰.

3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.2.1. Población

Para Francisco Leiva en su obra *Investigación Científica*, “La población es el conjunto total de elementos que forman parte de un todo de donde se requiere investigar, solucionar problemas” (LEIVA, F. 2001, p. 36).

En la actualidad, no se obtiene datos de la población en la parroquia No. 12 Rumipamba del Distrito Metropolitano de Quito para el año 2011, por lo tanto se procederá a realizar una proyección con los datos del VI Censo de población y V de vivienda del 2001.

¹⁰ LEIVA, F. 2001. *Investigación Científica*. Quito. s/ed. P. 20-21.

La población en la parroquia No. 12 Rumipamba del Distrito Metropolitano de Quito, de hombres y mujeres que cursan edades entre los 25 a 34 años, es un aproximado de 4.975 personas.¹¹

La razón por lo que se tomó únicamente la población entre las edades de 25 a 34 años, es porque son el cliente potencial para el proyecto de Catering de Fiestas Infantiles, y está relacionado a eventos sociales donde los padres de familia son los encargados de tomar las decisiones para contratar este tipo de servicio.

3.2.2. Muestra.

Para Francisco Leiva en su obra Investigación Científica, la muestra es “Muestra es el conjunto de individuos extraídos de la población con el fin de inferir, mediante su estudio, características de toda la población” (Leiva, 2001, p. 20).

Formula Estadística del muestreo.

La muestra es sumamente necesaria, ya que cuando se tiene una población extensa y se requiere de cierta recolección de datos o información, se debe tomar un subgrupo de la población sobre la cual se va a trabajar en el caso de realizar encuestas o entrevistas.

¹¹ INEC, Censo de Población y Vivienda, 2001.

Para determinar el tamaño de la muestra se aplica la fórmula probabilística estratificada para poblaciones infinitas.

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

Dónde:

n = Número de encuestas.

δ = 0.5 Desviación estándar.

Z = 95% ----- 1.65 Intervalo de confianza.

N = 4.975 Población

e = 6% error

$$n = \frac{(0.5)^2 (1.65)^2 (4975)}{(4975 - 1)(0.06)^2 + (0.5)^2 (1.65)^2}$$

$$n = \frac{(0.25)(2.72)(4975)}{(4974)(0.0036) + (0.25)(2.72)}$$

$$n = \frac{3383}{18.59}$$

n = **182 encuestados**

El total de encuestados es de **182** personas en la Parroquia Rumipamba del Distrito Metropolitano de Quito.

3.3. PLAN DE RECOLECCIÓN Y PROCESAMIENTOS DE DATOS

Instrumentos de Recolección de Datos

Los instrumentos de investigación constituyen el conjunto de documentos que permiten recolectar la información indispensable para realizar la investigación de campo, entre ellos son: la observación y la encuesta.

La Observación

La observación es una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno a estudiar, tomar la información y registrarla para su posterior análisis. Es un elemento fundamental de todo proceso investigativo; en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos (Leiva, 2001, p. 45).

Para el proyecto se utilizó la observación científica; observar con un objetivo claro, el estado actual de la influencia de la provisión de servicios “todo incluido”, y el crecimiento de la demanda de los servicios de catering para fiestas infantiles. Dirigida a los padres de familia de la parroquia Rumipamba, este instrumento será el cuestionario elaborado con preguntas cerradas para recabar información sobre las variables de estudio.

La Encuesta

La encuesta permite obtener la información precisa pues se encuentra preparada y estructurada.

Las preguntas que se llevan a efecto en la encuesta son de varios tipos: abiertas donde el encuestado responde brevemente en una o dos líneas, cerradas solo puede responder con un **SI** o **NO**, en abanico o de elección múltiple donde puede elegir entre varias respuestas, según anexo "A".

La encuesta permitió lograr la información clara y precisa, fue aplicada a los padres de familia de la parroquia Rumipamba del Distrito Metropolitano de Quito.

3.4. TABULACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Luego de haber aplicado la encuesta, se obtuvieron los siguientes resultados conforme a la clasificación de las preguntas planteadas, según Anexo “A”.

Pregunta N° 1: ¿Edad? ¿Sexo? ¿Hijos?

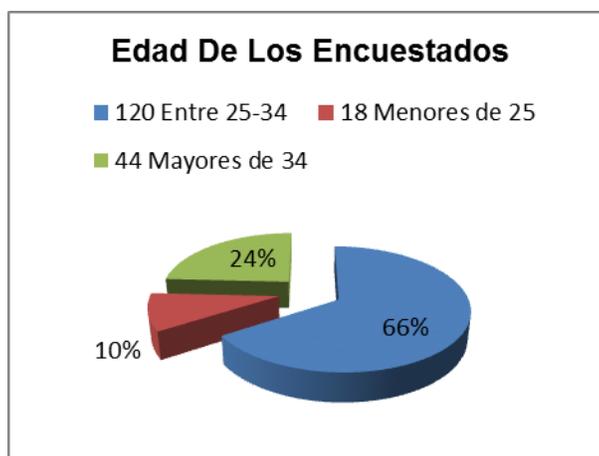


Gráfico N° 1. Edad de los encuestados.

Elaborado por: Angélica Mejía, 2011.

Análisis e Interpretación:

Los resultados obtenidos de los encuestados muestran que las edades promedio de los padres de familia de la parroquia Rumipamba oscilan entre 25 a 34 años; es decir un 66% del total. Este grupo sería el cliente potencial.



Gráfico N° 2. Sexo de los encuestados.

Elaborado por: Angélica Mejía, 2011.

Análisis e Interpretación:

El sexo femenino es el más recomendado y factible para establecerlo como un cliente potencial, ya que se obtuvo un 77% de madres de familia.



Gráfico N° 3. Número de hijos de los encuestados.

Elaborado por: Angélica Mejía, 2011.

Análisis e Interpretación:

Las posibilidades de entrar en el mercado son buenas, se cuenta con un 67% de clientes que tienen hijos.

Pregunta N° 2: ¿Conoce usted acerca de los Servicios de Catering de fiestas infantiles?



Gráfico N° 4. Conocimiento acerca del Servicio en Catering Infantil.

Elaborado por: Angélica Mejía, 2011.

Análisis e Interpretación:

El 54% de los encuestados manifiestan que no conocen acerca de los servicios de catering de fiestas infantiles, por consiguiente esto es satisfactorio; ya que, se puede acaparar esta demanda insatisfecha para hacer conocer a la empresa.

Pregunta N° 3: ¿Le gustaría a usted que la empresa de catering para fiestas infantiles le brinde un paquete con servicios “todo incluido”?

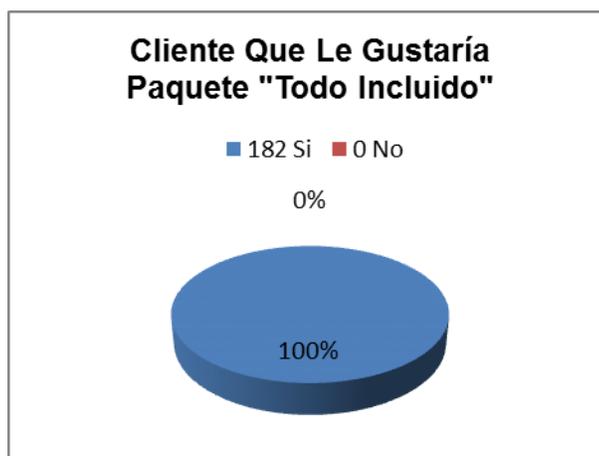


Gráfico N° 5. Clientes que les gustaría paquete “Todo Incluido”.

Elaborado por: Angélica Mejía, 2011.

Análisis e Interpretación:

Las encuestas manifiestan que un 100% les gustaría que una empresa de catering de fiestas infantiles les brinde un paquete con servicios “todo incluido”. En su totalidad, los clientes potenciales aprueban que se les de este servicio, ya que así no tendrían que preocuparse por detalles mínimos.

Pregunta N° 4: ¿Cree usted conveniente un servicio que le ofrezca diversas actividades en fiestas infantiles?



Gráfico N° 6. Necesidades de actividades Infantiles Diversas.

Elaborado por: Angélica Mejía, 2011.

Análisis e Interpretación:

Los encuestados manifiestan que en un 100% les conviene que una empresa de catering de fiestas infantiles les ofrezca un servicio con diversidad en actividades para estos tipos de eventos. Por consiguiente, se establece que facilita posicionar la empresa en el mercado, por el hecho de brindar una extensa variedad tanto lúdica y gastronómica.

Pregunta N° 5: ¿Es de su interés conocer la variedad en paquetes que le puede ofrecer una empresa de catering para fiestas infantiles sin preocuparse por detalles?



Gráfico N° 7. Interés en conocer los servicios.

Elaborado por: Angélica Mejía, 2011.

Análisis e Interpretación:

Los encuestados manifiestan en un 100% que es interés común conocer la variedad de paquetes con servicio “todo incluido”, para así no tener que preocuparse por pormenores, tener una extensa lista de opciones al momento de armar el paquete que más acorde esté a sus necesidades.

Pregunta N° 6: ¿Conoce usted de empresas que brinden este tipo de Servicio?



Gráfico N° 8. Conocimientos de empresas existentes.

Elaborado por: Angélica Mejía, 2011.

Análisis e Interpretación:

El 74 % de los encuestados no conocen de una empresa de catering que brinden servicios para fiesta infantiles con “todo incluido”.

A continuación se muestra en una tabla las empresas conocidas por el 26% de los encuestados, esto se lo tomará como la posible competencia.

Empresas Conocidas por los Encuestados

N°	Empresa	Unidades	Porcentaje %
1	Reino Mágico	21	11,38%
2	Picardías	15	8,13%
3	La Casita Feliz	12	6,50%

Pregunta N° 7: ¿Al contratar un Servicio de Catering cuál de las siguientes opciones preferiría?

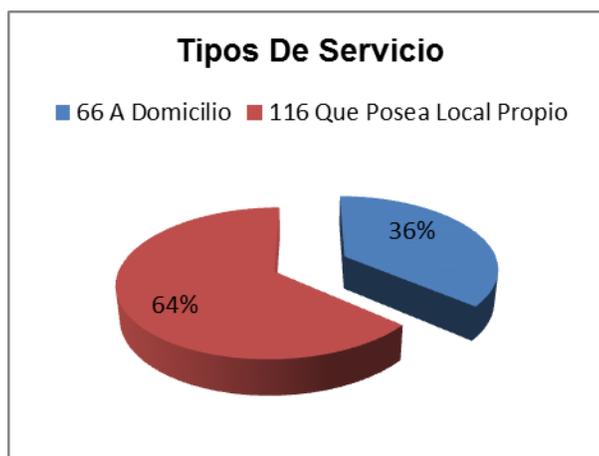


Gráfico N° 9. Tipos de servicios.

Elaborado por: Angélica Mejía, 2011.

Análisis e Interpretación:

Se establece que los encuestados en un 64% prefieren que la empresa de catering de fiestas infantiles tenga local propio. Estos resultados están a favor, ya que la empresa proporcionará al cliente dos opciones de local para realizar el evento en caso de no contar con un espacio para el servicio.

Pregunta N° 8: ¿En qué tipo de ambiente le gustaría contratar el Servicio para su evento exclusivo?



Gráfico N° 10. Ambientes para el evento.

Elaborado por: Angélica Mejía, 2011.

Análisis e Interpretación:

Los encuestados en su mayoría prefieren que el servicio de catering de fiestas infantiles sea en un ambiente recreativo de juegos y espacios al aire libre, se tomará muy en cuenta estos resultados para combinar un servicio en espacios que cuenten con ambas preferencias.

3.5. CONCLUSIONES DE ENCUESTAS

Realizadas las encuestas se obtuvo datos que muestran que el 46% de la parroquia Rumipamba no conocen de los servicios del catering infantil, lo cual es satisfactorio y aprovechable; ya que, se tiene la oportunidad de brindar este servicio. Y a la vez, los resultados mostraron la existencia de una empresa alrededor del sector que brinda similares servicios, por lo tanto vendría a ser la competencia directa.

Los encuestados manifiestan que en un 100% les gustaría que una empresa de catering de fiestas infantiles les brinde un paquete con servicios “todo incluido”. Por consiguiente, se refleja la aceptación que puede llegar a tener este servicio planteado.

El interés común de los encuestados en conocer la variedad de paquetes con servicio todo incluido y así no tener preocupación alguna por detalles ínfimos, es lo que buscan en la actualidad.

CAPÍTULO IV.- PROPUESTA

4.1. EMPRESA

Implementar una microempresa para la provisión de servicios de catering para fiestas infantiles “todo incluido” en la parroquia de Rumipamba para satisfacer las necesidades del mercado enfoque.

4.1.1. Misión

Satisfacer al cliente del sector con la oferta de un servicio de Catering Infantil, teniendo en cuenta siempre los deseos, gustos, exigencias y sugerencias de los clientes, al igual que el espíritu innovador y el dinamismo del personal que labora en nuestra empresa.

4.1.2. Visión

Dar a conocer los productos y servicios de la Empresa de Catering Infantil “**Peke Eventos**” en el mercado y lograr que los consumidores se sientan satisfechos con el producto que se les ofrecerá, de esta manera, ganar el reconocimiento y lealtad de los clientes, y así obtener un crecimiento considerable en su participación en el mercado durante los primeros 5 años.

4.1.3. Ubicación

Al norte de la ciudad, sector Altamira, calle Mañosca y avenida Occidental, parroquia Rumipamba ciudad de Quito, cuenta con parte comercial y residencial, fácil desplazamiento y oportunidad en los tiempos de entrega del servicio.

La empresa contará con local designado para la producción y atención al cliente.

Sitios referenciales del sector:

Complejo Chaupicruz.

Torres Santa Cruz.

Plaza de las Américas.

4.1.4. Logotipo



Gráfico N° 11. Logotipo Empresarial.

Elaborado por: Angélica Mejía, 2011.

4.1.5. Objetivos Empresariales

A corto plazo

Obtener reconocimiento o posicionamiento por parte del segmento meta, creando y manteniendo una imagen en el mercado.

Capacitar a los trabajadores sobre los temas más importantes como son: atención al cliente, planes de contingencia en momentos críticos.

Lograr satisfacer las expectativas de los clientes, tanto en calidad del producto y servicio.

A mediano plazo

Crear una página Web de la empresa, por medio de la cual, se puede desglosar los servicios a ofrecer.

A largo plazo

Crear un segundo establecimiento en la ciudad de Quito o en sus alrededores, en un lugar estratégico, que en su momento se escogerá dependiendo de los factores críticos del éxito.

4.1.6. Análisis F.O.D.A

La matriz F.O.D.A es una herramienta muy utilizada para realizar un análisis profundo de la situación real de una organización.

	Fortalezas	Debilidades
Análisis Interno	<ul style="list-style-type: none">• Infraestructura propia.• Ubicación del negocio.• Servicio “todo incluido”.• Formas de financiamiento.• Clases sociales	<ul style="list-style-type: none">• Estacionamientos• Falta de conocimiento en estrategias de marketing.• Mal manejo en costos
	Oportunidades	Amenazas
Análisis Externo	<ul style="list-style-type: none">• Oferta limitada para el segmento de mercado.• Aumento de la población.• Buenos canales de distribución hacia los consumidores.• Alta tasa de emigrantes.	<ul style="list-style-type: none">• Creciente de empresas enfocadas a este servicio.• Incertidumbre de inestabilidad económica del país.• Alza de precios en materia prima.• Falta de satisfacción del cliente.

Cuadro N° 1. Análisis F.O.D.A.

Elaborado por: Angélica Mejía, 2011.

Se toma muy en cuenta la utilización del F.O.D.A. como herramienta para evaluar las posibilidades de éxito del proyecto y diseñar las acciones estratégicas con las que encarar la nueva empresa. Así, en primer lugar, se plantean las oportunidades y amenazas o factores externos que incidirán en la empresa misma o sobre el sector en la que esta se mueve. Luego las fortalezas que tiene la empresa para aprovechar las oportunidades y defenderse de las amenazas. Por último, se delimitan las debilidades que restringen las posibilidades de la empresa de aprovechar las oportunidades y que tendrá que tratar de superar o disminuir su incidencia para no fracasar en sus objetivos.

4.1.7. Servicio

Brindar los servicios de catering para fiestas infantiles con todo incluido, concretamente cumpleaños dirigido a niños de nivel clase media alta, comprendido entre las edades de 4 a 9 años. A domicilio, o donde el cliente desee el servicio.

4.1.8. Propuesta General de Menú a Ofrecer



MENÚ



<p>Bocaditos</p> <p>Pinchos de frutas (manzana, uvilla, uva, pera, fresas, bañados en chocolate). 12 porciones. \$8,98</p> <p>Empanaditas de Verde (Rellenas de queso). 12 porciones. \$5,25</p> <p>Panes de Almidón (Almidón y queso fresco). 24 porciones. \$7,72</p> <p>Sanduchitos de Pollo (Pan, pechuga, mayonesa). 12 porciones. \$5,53</p> <p>Salchiricas (salchichas coctel en masa de harina). 12 porciones. \$7,32</p> <p>Chiqui-Bolitas (Bolitas de carne res molida). 24 porciones. \$5,69</p> <p>Conos saladitos (Pan árabe, queso, jamón). 12 porciones. \$8,27</p> <p>Rollitos dulces (Pan, mermelada). 24 porciones. \$5,21</p>	<p>Plato Fuerte</p> <p>Peke-Pizza, 12 porciones \$28,68</p> <p>Hot-dog, 12 porciones \$16,96</p> <p>Peke Hamburguesa, 12 porciones \$15,12</p> <p>Bebidas</p> <p>Oreo Shake, 12 porciones \$9,25</p> <p>Jugos, 12 porciones \$1,85</p> <p>Gaseosas, 12 porciones \$1,75</p> <p>Pasteles</p> <p>Torta de chocolate, 30 porciones \$31,38</p> <p>Torta Naranja, 30 porciones \$31,04</p>
---	---

Gráfico N° 12. Menú Empresarial.

Elaborado por: Angélica Mejía, 2011.

4.1.9. Recetas Estándares

A continuación se detallan las recetas estándares del menú a ofrecer con sus respectivos costos:

PEKE EVENTOS

Receta Estándar

Nombre del plato: Pinchos de frutas

Código: 001

Número de Porciones: 12

Peso por porción: 70 gr aprox.

N°	INGREDIENTES	CANTIDAD	COSTO GENERAL	COSTO UNITARIO
1	Uvillas	100 gr	300 gr/0,60	0,20
2	Manzanas trozos	100 gr	500 gr/1,00	0,20
3	Uvas	100 gr	500 gr/1,50	0,30
4	Guineos trozos	100 gr	500 gr/0,30	0,06
5	Fresas	100 gr	500 gr/1,00	0,20
6	Peras trozos	100 gr	1000 gr/1,80	0,18
7	Palillos de bambú	12 und	100 und/0,60	0,07
8	Chocolate cobertura	250 gr	500 gr/2,00	1,00
	Total			2,21

CMP+10% (Desgaste utensilios)

$$=2,21+0,22$$

$$= \mathbf{2,43}$$

PV= $\frac{\text{CMP} \times 100\%}{33\%}$ (Alimentos y bebidas)

$$33\%$$

$$\text{PV} = \frac{(2,43 \times 100\%)}{33\%}$$

$$33\%$$

$$\text{PV} = \mathbf{7,36}$$

PVP=PV+22% (12%iva y 10% servicios)

$$=7,36+1,62 = \mathbf{8,98}$$

PEKE EVENTOS

Receta Estándar

Nombre del plato: Empanaditas de Verde

Código: 002

Número de Porciones: 12

Peso por porción: 40 gr aprox.

N°	INGREDIENTES	CANTIDAD	COSTO GENERAL	COSTO UNITARIO
1	Verde	300 gr	500 gr/0.40	0,24
2	Queso fresco	100 gr	500 gr/2.80	0,56
3	Manteca	10 gr	500 gr/1,15	0,02
4	Sal	5 gr	500 gr/0.60	0,01
5	Aceite	200 gr	1000 gr/2,30	0,46
	Total			1,29

CMP+10% (Desgaste utensilios)

=1,29+0,13

= **1,42**

PV= $\frac{\text{CMP} \times 100\%}{33\%}$ (Alimentos y bebidas)

33%

PV= $\frac{(1,42 \times 100\%)}{33\%}$

33%

PV= 4,30

PVP=PV+22% (12%iva y 10% servicios)

=4,30+0,95= **5,25**

PEKE EVENTOS

Receta Estándar

Nombre del plato: Panes de Almidón

Código: 003

Número de Porciones: 24

Peso por porción: 25 gr aprox.

N°	INGREDIENTES	CANTIDAD	COSTO GENERAL	COSTO UNITARIO
1	Almidón de yuca	200 gr	500 gr/1,06	0,40
2	Queso fresco	300 gr	500 gr/2,20	1,32
3	Huevo	60 gr	12 und/1,75	0,12
4	Leche	15 gr	1000 gr/0,60	0,01
5	Sal	2 gr	500 gr/0,60	0,01
6	Polvo de Hornear	5 gr	120 gr/1,09	0,04
	Total			1,90

CMP+10% (Desgaste utensilios)

=1,90+0,19

= **2,09**

PV= $\frac{\text{CMP} \times 100\%}{33\%}$ (Alimentos y bebidas)

33%

PV= $\frac{(2,09 \times 100\%)}{33\%}$

33%

PV= 6,33

PVP=PV+22% (12%iva y 10% servicios)

=6,33+1,39 = **7,72**

PEKE EVENTOS

Receta Estándar

Nombre del plato: Sanduchitos de Pollo

Código: 004

Número de Porciones: 12

Peso por porción: 35 gr aprox.

N°	INGREDIENTES	CANTIDAD	COSTO GENERAL	COSTO UNITARIO
1	Pan rebanadas sin borde	250 gr	500 gr/1,24	0,62
2	Pollo pechuga	150 gr	500 gr/2,00	0,60
3	Condimentos	10 gr	250 gr/0,74	0,02
4	Mayonesa	20 gr	400 gr/2,00	0,10
5	Apio picado	15 gr	100 gr/0,20	0,03
	Total			1,37

CMP+10% (Desgaste utensilios)

=1,37+0,13

= **1,50**

PV= $\frac{\text{CMP} \times 100\%}{33\%}$ (Alimentos y bebidas)

33%

PV= $\frac{1,50 \times 100\%}{33\%}$

33%

PV= 4,54

PVP=PV+22% (12%iva y 10% servicios)

=4,54+0,99 = **5,53**

PEKE EVENTOS

Receta Estándar

Nombre del plato: Salchiricas

Código: 005

Número de Porciones: 12

Peso por porción: 45 gr aprox.

N°	INGREDIENTES	CANTIDAD	COSTO GENERAL	COSTO UNITARIO
1	Salchichas coctel	180 gr	360 gr/1,30	0,65
2	Harina	150 gr	1000 gr/1,84	0,28
3	Mantequilla	15 gr	500 gr/1,49	0,04
4	Leche	80 gr	1000 gr/0,60	0,05
5	Huevo	60 gr	12 und/1,75	0,12
6	Salsa inglesa	5 gr	100 gr/1,20	0,06
7	Aceite	200 gr	1000 gr/2,30	0,46
8	Palillos	12 und	100 und/0,60	0,07
9	Salsa de tomate	30 gr	1000 gr/2,58	0,07
	Total			1,80

CMP+10% (desgaste utensilios)

=1,80+0,18

= **1,98**

PV= $\frac{\text{CMP} \times 100\%}{33\%}$ (Alimentos y bebidas)

33%

PV= $\frac{1,98 \times 100\%}{33\%}$

33%

PV= 6,00

PVP=PV+22% (12%iva y 10% servicios)

=6,00+1,32 = **7,32**

PEKE EVENTOS

Receta Estándar

Nombre del plato: Chiqui-Bolitas

Código: 006

Número de Porciones: 24

Peso por porción: 17 gr aprox.

N°	INGREDIENTES	CANTIDAD	COSTO GENERAL	COSTO UNITARIO
1	Carne res molida	250 gr	500 gr/1,30	0,65
2	Queso parmesano	20 gr	50 gr/1,10	0,44
3	Huevo	120 gr	12 und/1,75	0,24
4	Apanadura	20 gr	200 gr/0,40	0,04
5	Sal	2 gr	500 gr/0,60	0,01
6	Aceite	10 gr	1000 gr/2,30	0,02
	Total			1,40

CMP+10% (Desgaste utensilios)

=1,40+0,14

= **1,54**

PV= $\frac{\text{CMP} \times 100\%}{33\%}$ (Alimentos y bebidas)

33%

PV= $\frac{1,54 \times 100\%}{33\%}$

33%

PV= 4,67

PVP=PV+22% (12%iva y 10% servicios)

=4,67+1,02 = **5,69**

PEKE EVENTOS

Receta Estándar

Nombre del plato: Conos saladitos

Código: 007

Número de Porciones: 12

Peso por porción: 30 gr aprox.

N°	INGREDIENTES	CANTIDAD	COSTO GENERAL	COSTO UNITARIO
1	Tortillas de harina	120 gr	120 gr/1,00	1,00
2	Queso fresco bolitas	100 gr	500 gr/2,20	0,44
3	Jamón bolitas	100 gr	300 gr/1,60	0,53
4	Palillos	12 und	100 und/0,60	0,07
	Total			2,04

CMP+10% (Desgaste utensilios)

=2,04+0,20

= **2,24**

PV= $\frac{\text{CMP} \times 100\%}{33\%}$ (Alimentos y bebidas)

33%

PV= $\frac{2,24 \times 100\%}{33\%}$

33%

PV= 6,78

PVP=PV+22% (12%iva y 10% servicios)

=6,78+1,49 = **8,27**

PEKE EVENTOS

Receta Estándar

Nombre del plato: Rollitos dulces

Código: 008

Número de Porciones: 24

Peso por porción: 18 gr aprox.

N°	INGREDIENTES	CANTIDAD	COSTO GENERAL	COSTO UNITARIO
1	Pan rodajas sin borde	300 gr	500 gr/1,24	0,74
2	Mermelada varios sabores	150 gr	600 gr/2,15	0,54
	Total			1,28

CMP+10% (Desgaste utensilios)

=1,28+0,13

= **1,41**

PV= $\frac{(\text{CMP} \times 100\%)}{33\%}$ (Alimentos y bebidas)

33%

PV= $\frac{(1,41 \times 100\%)}{33\%}$

33%

PV= 4,27

PVP=PV+22% (12%iva y 10% servicios)

=4,27+0,94 = **5,21**

PEKE EVENTOS
Receta Estándar

Nombre del plato: Peke-Pizza

Código: 009

Número de Porciones: 12

Peso por porción: 112 gr aprox.

N°	INGREDIENTES	CANTIDAD	COSTO GENERAL	COSTO UNITARIO
1	Base pizza	500 gr	500 gr/1,70	1,70
2	Queso mozzarella rayado	400 gr	500 gr/3,50	2,80
3	Jamón troceado	180 gr	300 gr/1,60	0,96
4	Salchichas rodajas	180 gr	400 gr/3,00	1,35
5	Salsa tomate	90 gr	1000 gr/2,58	0,23
	Total			7,04

CMP+10% (Desgaste utensilios)

=7,04+0,72

= **7,76**

PV= $\frac{\text{CMP} \times 100\%}{33\%}$ (Alimentos y bebidas)

33%

PV= $\frac{7,76 \times 100\%}{33\%}$

33%

PV= 23,51

PVP=PV+22% (12%iva y 10% servicios)

=23,51+5,17 = **28,68**

PEKE EVENTOS
Receta Estándar

Nombre del plato: Hot-dog

Código: 010

Número de Porciones: 12

Peso por porción: 76 gr aprox.

N°	INGREDIENTES	CANTIDAD	COSTO GENERAL	COSTO UNITARIO
1	Pan	480 gr	640 gr/2,25	1,69
2	Salchicha mediana	320 gr	400 gr/2,60	2,08
3	Mayonesa	40 gr	400 gr/2,00	0,20
4	Salsa de tomate	40 gr	1000 gr/2,58	0,10
5	Mostaza	30 gr	1000 gr/3,30	0,10
	Total			4,17

CMP+10% (Desgaste utensilios)

=4,17+0,42

= **4,59**

PV= $\frac{\text{CMP} \times 100\%}{33\%}$ (Alimentos y bebidas)

33%

PV= $\frac{4,59 \times 100\%}{33\%}$

33%

PV= 13,90

PVP=PV+22% (12%iva y 10% servicios)

=13,90+3,06 = **16,96**

PEKE EVENTOS

Receta Estándar

Nombre del plato: Peke Hamburguesa

Código: 011

Número de Porciones: 12

Peso por porción: 120 gr aprox.

N°	INGREDIENTES	CANTIDAD	COSTO GENERAL	COSTO UNITARIO
1	Pan	780 gr	1040 gr/2,80	2,10
2	Carne molida	360 gr	500 gr/1,30	0,94
3	Condimentos	20 gr	250 gr/0,74	0,06
4	Tomate rodajas	150 gr	1000 gr/1,00	0,15
5	Lechuga	70 gr	500 gr/0,50	0,07
4	Mayonesa	40 gr	400 gr/2,00	0,20
5	Salsa de tomate	40 gr	1000 gr/2,58	0,10
6	Mostaza	30 gr	1000 0gr/3,30	0,10
	Total			3,72

CMP+10% (Desgaste utensilios)

=3,72+0,37

= **4,09**

PV= $\frac{\text{CMP} \times 100\%}{33\%}$ (Alimentos y bebidas)

33%

PV= $\frac{4,09 \times 100\%}{33\%}$

33%

PV= 12,39

PVP=PV+22% (12%iva y 10% servicios)

=12,39+2,73 = **15,12**

PEKE EVENTOS

Receta Estándar

Nombre del plato: Torta de chocolate

Código: 012

Número de Porciones: 30

Peso por porción: 140 gr aprox.

N°	INGREDIENTES	CANTIDAD	COSTO GENERAL	COSTO UNITARIO
1	Harina	800 gr	1000 gr/1,84	1,47
2	Azúcar	800 gr	1000 gr/0,92	0,73
3	Huevo	300 gr	12 und/1,20	0,50
4	Cocoa amarga	200 gr	200 gr/1,10	1,10
5	Aceite	400 gr	1000 gr/2,30	0,92
6	Polvo de hornear	10 gr	100 gr/1,40	0,14
7	Leche	800 gr	1000 gr/0,60	0,48
8	sal	5 gr	500 gr/0,60	0,01
	RELLENO			
9	Mermelada	500 gr	600 gr/2,00	1,66
	MERENGUE			
10	Clara de huevo	120 gr	120 gr/0,30	0,30
11	Azúcar	340 gr	1000 gr/0,92	0,31
12	Limón jugo	5 gr	1 und/0,03	0,03
13	Colorantes	c/n	40 gr/2,80	0,07
	Total			7,72

CMP+10% (Desgaste utensilios)

$$=7,72+0,77$$

$$= \mathbf{8,49}$$

PV= $\frac{\text{CMP} \times 100\%}{33\%}$ (Alimentos y bebidas)

33%

$$PV= \frac{(8,49 \times 100\%)}{33\%}$$

33%

$$\mathbf{PV= 25,72}$$

PVP=PV+22% (12%iva y 10% servicios)

$$=25,72+5,66 = \mathbf{31,38}$$

PEKE EVENTOS

Receta Estándar

Nombre del plato: Torta Naranja

Código: 013

Número de Porciones: 30

Peso por porción: 110 gr aprox.

N°	INGREDIENTES	CANTIDAD	COSTO GENERAL	COSTO UNITARIO
1	Harina	680 gr	1000 gr/1,84	1,25
2	Polvo hornear	15 gr	100 gr/1,40	0,21
3	Huevos	480 gr	12 und/1,75	1,20
4	Esencia ron	3 gr	7 gr/1,00	0,50
5	Mantequilla	340 gr	500 gr/1,49	1,01
6	Naranja jugo	300 gr	1000 ml/0,60	0,18
7	Azúcar	340 gr	1000 gr/0,92	0,31
8	Maicena	47 gr	200 gr/0,50	0,12
	RELLENO			
9	Manjar	500 gr	500 gr/2,15	2,15
	MERENGUE			
10	Clara de huevo	120 gr	120 gr/0,30	0,30
11	Azúcar	340 gr	1000 gr/0,92	0,31
12	Limón jugo	5 gr	1 und/0,03	0,03
13	Colorantes	c/n	40 gr/2,80	0,07
	Total			7,64

CMP+10% (Desgaste utensilios)

=7,64+0,76

=8,40

PV= $\frac{\text{CMP} \times 100\%}{33\%}$ (Alimentos y bebidas)

33%

PV= $\frac{8,40 \times 100\%}{33\%}$

33%

PV= 25,45

PVP=PV+22% (12%iva y 10% servicios)

=25,45+5,59= **31,04**

PEKE EVENTOS
Receta Estándar

Nombre del plato: Oreo Shake

Código: 014

Número de Porciones: 12

Peso por porción: 105 gr aprox.

N°	INGREDIENTES	CANTIDAD	COSTO GENERAL	COSTO UNITARIO
1	Helado chocolate	500 gr	1000 gr/2,50	1,25
2	Leche	500 gr	1000 gr/0,60	0,30
3	Azúcar	150 gr	1000 gr/0,92	0,14
4	Galletas oreo	100 gr	430 gr/2,50	0,58
	Total			2,27

CMP+10% (Desgaste utensilios)

=2,27+0,23

= 2,50

PV= $\frac{\text{CMP} \times 100\%}{33\%}$ (Alimentos y bebidas)

33%

PV= $\frac{2,50 \times 100\%}{33\%}$

33%

PV= 7,58

PVP=PV+22% (12%iva y 10% servicios)

=7,58+1,67= **9,25**

4.2. ESTUDIO DE MERCADO

4.2.1. Propósito

Es fundamental realizar un estudio de mercado para de esta manera identificar las necesidades de los clientes, sus gustos en cuanto a servicios, productos, preferencias, precios, entre otros. Para efectuar dicho estudio se debe investigar la oferta y la demanda que existe en el sector a estudiar, en este caso, es la parroquia Rumipamba de la ciudad de Quito, lugar donde se implementará los servicios de catering infantil.

4.2.2. Objetivos del Estudio de Mercado

Reconocer cuáles son las tendencias y necesidades de los posibles clientes que estarían interesados en adquirir los servicios de catering infantil, estableciendo el número de consumidores de este tipo, para así ofertar un producto de primera calidad, con precios accesibles y estándares de calidad óptimos.

A largo plazo, en un tiempo aproximado de dos años se busca posicionar la marca como referencia en innovación, calidad y buen servicio con estándares internacionales.

4.2.3. Mix de Marketing

La mezcla de marketing se trata del análisis y planteamiento de estrategias enfocados en cuatro pilares fundamentales para el desarrollo de una empresa en el mercado, estos son: Producto, Precio, Plaza y Promoción, conocidos como las cuatro “P” del marketing (es.wikipedia.org/).

El producto viene a ser el paquete “todo incluido”, dentro del cual el cliente va a escoger la propuesta gastronómica de su preferencia entre platos fuertes, bocaditos, pasteles y bebidas sin alcohol; el tipo de decoración y accesorios (decoración de globos con diseño varios, fundas de sorpresas, invitaciones, carpas, carritos de algodón de azúcar, saltarines, show de magia, caritas pintadas, entre otras); y además, se dará dos opciones para alquiler de local en caso de que el cliente no tenga una locación para realizar su fiesta; estas son:

- Espacios áreas verdes del “Conjunto Americano”, ubicado en el sector Altamira, calle Mañosca 1889 y Occidental. Costos de alquiler diez dólares por hora. Parqueaderos suficientes.
- Espacios áreas verdes del “Conjunto La Aldea”, ubicado en el sector Altamira, calle Mañosca 1883 y Granda Centeno. Costos de alquiler diez dólares por hora. Parqueaderos suficientes.

Usando los conocimientos gastronómicos se aplicará lo aprendido en nutrición para niños en edad entre los 4 a 9 años para elaborar un menú balanceado, pero a la vez agradable y que incentive a su consumo.

Del producto se desglosan cuatro etapas las cuales son:

- La primera etapa es el ciclo de vida del producto que se da desde su lanzamiento, donde las ventas son mínimas hasta que el producto es aceptado, aquí se recomienda aplicar una buena publicidad para posicionarlo en el mercado.
- La segunda etapa, es la aceptación donde una vez conocido el producto las ventas empiezan a incrementarse y se afianzará la clientela.
- La tercera etapa es denominada la madurez, es cuando el producto ya ha alcanzado su acogida total, con alta clientela fija, el factor clave en esta etapa es mantener el precio y las ventas para prolongar su tiempo de vida.
- La cuarta etapa es el declive del producto, donde ya se ha perdido el interés y las ventas bajan, es aquí donde se tienen que aplicar estrategias importantes, ya sea para renovar el producto, reenfocarlo y reemplazarlo por uno nuevo.

El precio del producto a ofrecer será considerado de acuerdo a costos de materia prima obteniendo el 66% de margen de contribución más la suma del 10% en desgaste de utensilios. El cliente accederá a un descuento del 5% al paquete armado para el evento si supera los 70 pax, o podrá optar por la promoción de las invitaciones gratis por parte de la empresa.

Las formas de cobro podrán ser en efectivo, tarjetas de crédito o con cheques y se realizarán en un 50% para la reserva y contratación del servicio, y el 50% al terminar el evento.

La plaza está determinada por el sector que es comercial y residencial; además cuenta con las facilidades viales adecuadas; lo cual facilita los canales de distribución, ya sea para el traslado de los clientes o para el traslado de nuestros servicios hacia ellos. La comunicación entre los clientes será directa, sin intermediarios, para evitar los costos de distribución.

El transporte a utilizar la empresa será el alquiler de un camión de 50 quintales, hasta que la empresa pueda adquirir el bien; alquiler cuyo valor está reflejado en el Cuadro No. 9. Mano de Obra Directa e Indirecta.

La promoción está basada en la publicidad que se usará, ya sea, en radio, prensa escrita y a mediano plazo la creación de una página web.

El encargado del departamento de Administración y Ventas según el organigrama empresarial, es quien promoverá de mejor manera la publicidad (por medios web, escrito y con el trato directo con los clientes), con el objetivo de alcanzar una mayor demanda en el mercado.

La publicidad escrita (hojas volantes, carteles, revistas infantiles, etc.), será considerado como nuestro principal canal de distribución hacia nuestro mercado enfoque. A continuación se puede ver un ejemplo de una publicidad escrita:

Muestra de Volantes



Catering infantil

Preparamos todo lo que necesitas para tus fiestas infantiles

Bocaditos dulces y salados

Torta decoradas con tus personajes favoritos

Invitaciones, piñatas, sorpresas, dulces, show de magia, etc.

Un servicio «todo incluido»
Satisfaciendo los caprichos de tus niños

Contáctanos:
087027239
02253598

Gráfico N° 13. Volante empresarial.

Elaborado por: Angélica Mejía, 2011.

Lo más conveniente a usar para llegar al cliente son los medios radiales.

4.2.4. Tipo de Mercado Enfoque

Las características de los clientes son hombres y mujeres entre las edades de 25 a 34 años con hijos, de clase medio alta, que vivan en la parroquia Rumipamba al norte de la ciudad de Quito; así mismo, otro segmento en menor medida sería el llevar los servicios de la empresa a otros sectores dentro del perímetro de la ciudad.

4.2.5. Competencia

En la ciudad de Quito a pesar que existe varias empresas que brindan un servicio similar, en el sector propuesto no hay una competencia directa.

Entre las competencias indirectas en sectores aledaños se tiene:

El *Reino Mágico* ubicado en el sector de Monteserrín brinda un servicio en local y a domicilio con opciones basadas más al entretenimiento, y sus extras como alimentos lo dejan en segundo plano, aquellos establecimientos están más dedicados a los juegos que a la alimentación en sí.

Picardías en el sector de Amazonas y Mariana de Jesús, es una empresa multinacional que tiene una amplia gama de servicio de eventos corporativos y sociales (bautizos, comuniones, entre otras.), sin estar específicamente centrados en el catering infantil.

En el mercado también existen empresas que ofrecen servicios de fiestas infantiles con locales propios, pero se reflejan más a la parte lúdica, y no con un servicio como el que ofrece la empresa; entre estas tenemos:

- Sanbomba
- Multicines
- Burger King.
- K. F.C

4.3. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

4.3.1. Organigrama Inicial

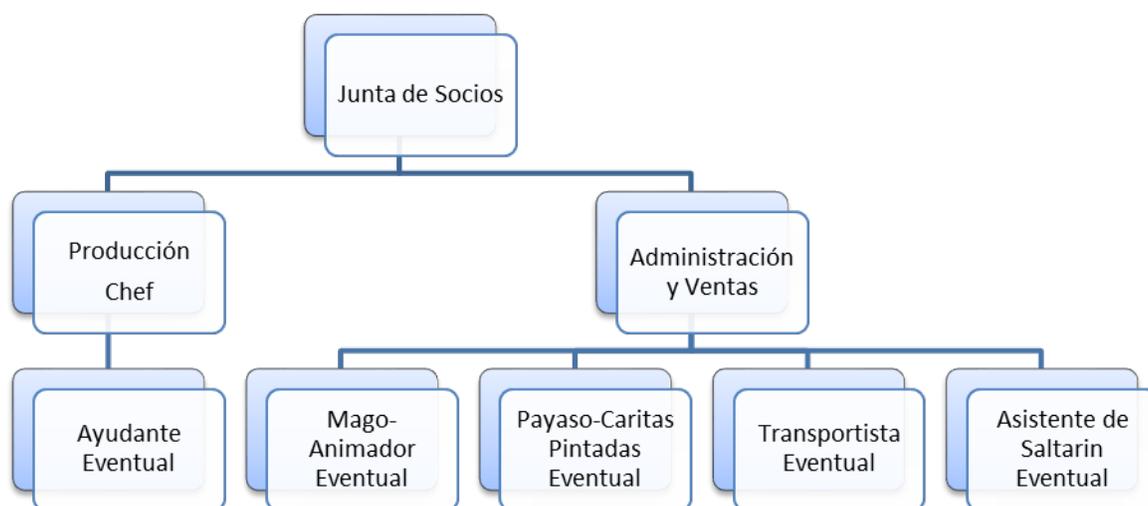


Gráfico Nº 14. Organigrama Inicial.

Elaborado por: Angélica Mejía, 2011.

Aquí se muestra un organigrama preliminar con lo que la organización empezará las actividades. Donde los dos socios se encargarán, uno del área de producción y otro de la administración y ventas.

El estilo de dirección basado en la teoría **Z** será de jefe democrático. Porque el objetivo y meta de la organización se enfoca en dirigir y orientar a nuestro grupo de colaboradores. Las relaciones entre el jefe y colaborador van a ser amables, así desarrollarán sus responsabilidades con eficacia permitiendo un mayor rendimiento en el trabajo. La última palabra la tomará la junta de socios.

4.3.2. Descripción de Cargos

A continuación se muestra la descripción de cargos de los colaboradores de planta:

Fecha de Elaboración		
01	10	2011
Descripción del cargo		
Nombre del Cargo: Chef		
Código: 001		
Departamento: Producción		Área: Cocina
Descripción General del Cargo: Elaboración de Alimentos y Bebidas, y la Administración de la Materia Prima.		
Descripción Detallada: Control de la Calidad de los Productos, Escoger Mejores Proveedores, Compra de Materia Prima, Elaboración de Menú de Combos.		
Análisis del Cargo		
Requisitos Intelectuales:		
Título de Ingeniero en Administración de Empresas Hoteleras y Gastronómicas.		
Experiencia 1 año.		
Concentración y Memorización.		
Requisitos Físicos:		
Concentración Visual.		
Tener agilidad.		
Manejo de Equipos y Herramientas en el Área de Cocina.		
Responsabilidades:		
Control y buen manejo en materia prima.		
Elaboración de las recetas.		
Que los productos expendidos sean de calidad.		
Condiciones de Trabajo:		
Que existan las herramientas y materiales necesarios para desenvolverse en el área.		
Riesgos:		
Quemaduras.		
Caídas.		
Fracturas.		

Cuadro Nº 2. Catálogo del puesto de trabajo de Chef.

Elaborado por: Angélica Mejía, 2011.

Fecha de Elaboración		
01	10	2011
Descripción del cargo		
Nombre del Cargo: <i>Administrador</i>		
Código: 002		
Departamento: <i>Administración y Ventas</i>		Área: <i>Oficina</i>
Descripción General del Cargo: <i>Administración General Del Negocio</i>		
Descripción Detallada: <i>Elabora Presupuesto, Firma Cheques, Paga Sueldo a sus colaboradores, Redacta Informes, Verifica que sus Colaboradores estén Cumpliendo con sus Obligaciones Asignada, Cobro a los Clientes.</i>		
Análisis del Cargo		
Requisitos Intelectuales:		
<i>Título de Ingeniero en Administración de Empresas Hoteleras y Gastronómicas.</i>		
<i>Experiencia 1 año.</i>		
<i>Concentración y Memorización.</i>		
Requisitos Físicos:		
<i>Buena Presencia</i>		
<i>Concentración Visual.</i>		
<i>Tener don de Palabra.</i>		
Responsabilidades:		
<i>Tener las Cuentas Claras.</i>		
<i>Mantener Informados a los Socios.</i>		
<i>Toma de Decisiones Oportunas.</i>		
Condiciones de Trabajo:		
<i>Que existan las herramientas necesarias, Contar con una Computadora para el Registro del Negocio.</i>		
Riesgos:		
<i>Robos.</i>		
<i>Represalias de los empleados.</i>		
<i>Estrés.</i>		

Cuadro N° 3. Catálogo del puesto de trabajo del Administrador.

Elaborado por: Angélica Mejía, 2011.

Fecha de Elaboración		
01	10	2011
Descripción del cargo		
Nombre del Cargo: <i>Ayudante de Cocina Eventual</i>		
Código: 003		
Departamento: <i>Producción</i>		Área: <i>Cocina</i>
Descripción General del Cargo: <i>Ayudante de Producción</i>		
Descripción Detallada: <i>Asistir al chef principal en los eventos de más producción.</i>		
Análisis del Cargo		
Requisitos Intelectuales:		
<i>Estudios en Gastronomía.</i>		
<i>Experiencia 1 año.</i>		
Requisitos Físicos:		
<i>Ágil.</i>		
<i>Concentración Visual.</i>		
<i>Tener Ganas de Trabajar.</i>		
Responsabilidades:		
<i>Seguir las disposiciones del chef.</i>		
<i>Mantener el área de Trabajo Ordenada.</i>		
Condiciones de Trabajo:		
<i>Que existan las herramientas necesarias en el área de trabajo.</i>		
Riesgos:		
<i>Accidentes Laborales (quemaduras, caída)</i>		
<i>Estrés por Presión.</i>		

Cuadro N° 4. Catálogo del puesto de trabajo del Ayudante de Cocina Eventual.

Elaborado por: Angélica Mejía, 2011.

4.4. ESTUDIO LEGAL.

PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO “Anexos B”:

TIPO	REQUISITOS	TIEMPO	COSTO	LUGAR
Permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.	<ul style="list-style-type: none"> ○ Presentar Solicitud del permiso del Municipio. ○ Copia de Factura de compra de Extintores o de recarga de estos a nombre del propietario. ○ Inspección de las Instalaciones y de seguridad contra incendios por parte de un inspector designado por el cuerpo de bomberos. ○ Se debe cumplir con las condiciones dadas por el inspector para emitir el permiso de funcionamiento. ○ Presentar Solicitud del permiso del Municipio. ○ Copia de Factura de compra de Extintores o de recarga de estos a nombre del propietario. ○ Inspección de las Instalaciones y de seguridad contra incendios por parte de un inspector designado por el cuerpo de 	<p>El tramite dura 2 días:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ En el primer día los bomberos realizaran la inspección y revisión de todos los requisitos para llenar el formulario que corresponde. ○ El segundo día se recibe el permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos previa aprobación del formulario. 	<p>Depende de la capacidad del local:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Categoría mínima:12usd ○ Categoría media: 24 usd ○ Categoría grande:36 usd 	<p>Cuerpo de Bomberos del Distrito Metropolitano de Quito.</p>

	bomberos.			
Permiso de funcionamiento de Patente.	<ul style="list-style-type: none"> ○ Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos de local ○ Formulario para el funcionamiento de la Patente. 	<p>El tramite dura 2 días:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ En el primer día se compra y se llena el formulario de uso de patente. ○ En el segundo día se acude a la intendencia para aprobar legalmente el funcionamiento de la patente. 	Formulario de funcionamiento de la patente: 4,20	Municipalidad del Distrito Metropolitano de Quito.
Obtención del Registro Único de Contribuyentes (RUC).	<p>Para la obtención del RUC para Sociedades Privadas se necesita lo siguiente:</p> <p>Se debe presentar original y copia de:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Escritura pública de la constitución inscrita RM. ○ Nombramiento del registro legal. ○ Hoja de datos generales del registro de sociedades ○ Identificación del domicilio principal donde se desarrolla la actividad de la sociedad. 	<p>Inscripción en el RUC es de 30 días laborables desde el inicio de la actividad económica.</p> <p>En 2 horas solo hay que presentar todos los requisitos para que nos otorguen el RUC de la empresa</p>	El trámite es gratuito.	Servicio de Rentas Internas de la ciudad de Quito.
Carné de Salud de Manipulación de alimentos.	<p>Exámenes médico de :</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Orina 	<p>El tramite dura 1 día:</p> <p>Se lleva las muestras al</p>	El costo de certificado médico	Centro de Salud Selva Alegre.

	<ul style="list-style-type: none"> ○ Heces ○ Microscópico Centrifugado. 	laboratorio por la mañana y en la tarde se retira los resultados y se dirige al médico encargado para que le otorgue el certificado de salud.	es de 4 usd.	
Obtención de la legalidad de la sociedad	<ul style="list-style-type: none"> ○ Solicitud de aprobación de la constitución de la empresa. ○ Minuta de la Superintendencia y 3 copias certificadas de la “Escritura de Constitución”, notariadas. ○ Copia del nombramiento del representante legal de la organización. ○ 3 copias notariadas del depósito bancario y apertura de la cuenta de integración de capital. 	Trámite dura 3 días	Superintendencia de Compañía	Distrito Metropolitano de Quito.
Registro Mercantil.	<ul style="list-style-type: none"> ○ Escritura de constitución de la empresa, original y diez copias. ○ Nombramiento del representante legal, original y diez Copias. 	Trámite dura 48 horas.	Registro Mercantil.	Distrito Metropolitano de Quito.

Cuadro Nº 5. Permisos de Funcionamiento.

Elaborado por: Angélica Mejía, 2011.

4.5. PRODUCCIÓN Y OPERACIÓN

A continuación en el siguiente cuadro se presenta el equipamiento básico necesario para la puesta en marcha de la empresa.

ACTIVOS FIJOS	CARACTERÍSTICAS	CANTIDAD	VALOR	TOTAL
PRODUCCIÓN				
Horno	De 52cm de ancho x 70 cm de largo	1	400usd	400usd
Licuada Doméstica	Oster capacidad de 1,25ltr. O 5 tazas	1	70usd	70usd
Microondas	LG sistema de cocimiento uniforme de 52cm. de ancho y 27cm de largo 12OV	1	150usd	150usd
Cocina	5 quemadores de 33cm x 18cm	1	350usd	350usd
Refrigerador	12 pies	1	550usd	550usd
Mesas de trabajo	Acero inoxidable	2	65usd	130usd
Estantería	5 pisos	1	95usd	95usd
Menaje Varios	Plástico, acero inoxidable, madera, vidrio, bols, moldes varios, bandejas, cuchillos.	C/N	500usd	500usd
Kitchen	25 lt. Acero inoxidable	1	1400usd	1400usd
Computadora e impresora	Básicos	1	500usd	500usd
Escritorio	Básico	1	80usd	80usd
				4225usd
OPERACIÓN				
Carrito hamburguesa y hot-dog	2 en uno, práctico	1	250usd	250usd
Sillas plástico	Pequeñas, varios colores, figuras	120	6usd	720usd
Mesas rectangular	Blanco, 100cm*100cm	4	20usd	80usd
Carpas pirámide	Varios colores, 4m*4m	2	200usd	400usd
Saltarines medianos	3,50 de frente x 7mts de fondo x 4,50 de alto	2	300usd	600usd
Mini componente	Sony con USB 1300W MHC-EC59	1	150usd	150usd
				2200usd
TOTAL				6425usd

Cuadro Nº 6. Equipamiento de la Empresa

Elaborado por: Angélica Mejía, 2011.

4.5.1. Producción Proyectada

En el cuadro siguiente se muestra una proyección mensual con un inicio de ventas de dos eventos semanales de aproximadamente entre cuarenta a sesenta pax por evento.

PRODUCTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	PRECIO UNITARIO	COSTO TOTAL	PRECIO TOTAL
Pinchos de Frutas	24	2,21	7,36	53,04	176,64
Empanaditas de Verde	24	1,29	4,30	30,96	103,20
Panes de Almidón	12	1,90	6,33	22,80	75,96
Sanduchitos de Pollo	24	1,37	4,54	32,88	108,96
Salchiricas	16	1,80	6,00	28,80	96,00
Chiqui Bolitas	12	1,37	4,57	16,44	54,84
Conos Saladitos	12	2,04	6,78	24,48	81,36
Rollitos Dulces	12	1,28	4,27	15,36	51,24
Peke Pizza	12	7,04	23,51	84,48	282,12
Hot-Dog	8	4,17	13,90	33,36	111,20
Peke Hamburguesa	12	3,72	12,39	44,64	148,68
MilkShake	12	2,27	7,58	27,24	90,96
Jugos	12	1,85	1,85	22,20	22,20
Gaseosas	8	1,75	1,75	14,00	14,00
Torta Chocolate	10	7,64	25,72	76,40	257,20
Torta Naranja	4	7,72	25,45	30,88	101,80
TOTALES:				\$527,08	\$1.674,56

Cuadro N° 7. Proyección Mensual de la Empresa.

Elaborado por: Angélica Mejía, 2011.

4.5.2. Cuadro Servicios Adicionales

PRODUCTOS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Muebles y Enseres			
Carpas	6	30.00	180.00
Saltarines	8	40.00	320.00
Carrito de hot-dog y hamburguesa	8	20.00	160.00
Mesas	16	3.00	48.00
Sillas	400	0,50	200.00
Decoración			
Invitaciones por 12	32	3.00	96.00
Piñatas Llenas	8	8.00	64.00
Sorpresa Llena por 12	32	5.00	160.00
Globos, serpentinas, accesorios varios	8	6.00	48.00
Plásticos (platos, vasos, cubiertos, cucharas)	8	8.00	64.00
Servilletas	8	1.00	8.00
Organización			
Organización del evento	8	50.00	400.00
TOTAL:			\$ 1.748.00

Cuadro Nº 8. Servicios Adicionales de la Empresa.

Elaborado por: Angélica Mejía, 2011.

Las ventas totales serían de 3422,56 dólares.

4.5.3. Cuadro de Mano de Obra Directa e Indirecta

MANO DE OBRA	COSTO MENSUAL
Mano de Obra Directa:	
Chef	250.00
Administrador	250.00
Ayudante	150.00
Mano de Obra Indirecta:	
Mago-Animador 40*evento	160.00
Payaso-Caritas Pintadas 30*evento	120.00
Transportista 20*evento	120.00
Asistente de Saltarín 15*evento	90.00
TOTAL:	\$ 1.140,00

Cuadro N° 9. Mano de Obra Directa e Indirecta.

Elaborado por: Angélica Mejía, 2011.

4.5.4. Cuadro de Depreciación de Activos

Producción

PERIODO	DEP. ANUAL	DEP. ACUMULADA	VALOR LIBROS
0	0	0	4225,00
1	380,25	380,25	3844,75
2	402,75	783,00	3442,00
3	402,75	1185,75	3039,25
4	402,75	1588,50	2636,50
5	402,75	1991,25	2233,75
6	402,75	2394,00	1831,00
7	402,75	2796,75	1428,25
8	402,75	3199,50	1025,50
9	402,75	3602,25	622,75
10	402,75	4005,00	220,00

Cuadro N° 10. Depreciación de Activos.

Elaborado por: Angélica Mejía, 2011.

La depreciación mensual es de 31,69 dólares.

Operación:

PERIODO	DEP. ANUAL	DEP. ACUMULADA	VALOR LIBROS
0	0	0	2200,00
1	352,00	352,00	1848,00
2	299,20	651,20	1548,80
3	299,20	950,40	1249,60
4	299,20	1249,60	950,40
5	299,20	1548,80	651,20

Cuadro N° 11. Operación Depreciación de Activos.

Elaborado por: Angélica Mejía, 2011.

La depreciación mensual es de 29,33 dólares.

4.5.5. Cuadro del Capital de Trabajo

En este cuadro se puede apreciar los egresos mensuales detallados que necesitaría la empresa para realizar las actividades.

CAPITAL DE TRABAJO	VALOR TOTAL
Materia Prima	527,08
Mano de Obra Directa e Indirecta	1.140,00
Servicios Básicos	50,00
Depreciaciones	61,02
Mantenimiento	10,00
Total	\$ 1.788,10

Cuadro N° 12. Capital de Trabajo.

Elaborado por: Angélica Mejía, 2011.

4.5.6. Cuadro de Resumen de Inversiones

En el siguiente cuadro se resume el total para la inversión del proyecto.

RUBROS	TOTAL
Activos Fijos	6.425,00
Gastos de Constitución	240,00
Capital * 6 meses	10.728,60
Total de Inversión Mensual	\$ 17.393,60

Cuadro N° 13. Resumen de Inversiones.

Elaborado por: Angélica Mejía, 2011.

4.5.7. Financiamiento del Proyecto

El financiamiento que se plantea es la inversión en partes iguales entre los dos socios de la empresa con fondos particulares.

4.5.8. Cuadro Proyección de Ventas Anuales

MESES	VENTAS TOTALES
Enero	3.500,00
Febrero	3.660,00
Marzo	3.700,00
Abril	3.779,48
Mayo	3.830,00
Junio	3.899,00
Julio	4.000,00
Agosto	3.580,10
Septiembre	4.212,60
Octubre	4.300,90
Noviembre	3.567,56
Diciembre	3.750,70
Total	\$ 45.780,34

Cuadro N° 14. Proyección de Ventas Anuales.

Elaborado por: Angélica Mejía, 2011.

Como se puede ver en el cuadro de ventas anuales proyectadas el total es de 45780,34. Se tiene en el cuadro que el mayor mes de venta es Octubre y el de

menor mes de venta es Enero. Con estos datos se puede calcular el incremento por periodo anual con la siguiente fórmula:

$$\begin{aligned}\text{Incremento por Periodo} &= \frac{\text{valor máximo}-\text{valor mínimo}}{\text{Valor mínimo}} \\ &= \frac{4.300,90 - 3.500,00}{3.500,00} \\ &= 23\%\end{aligned}$$

Cuadro Proyección de las Ventas en los Primeros Cinco Años

Periodo uno	= 45.780,34
Periodo dos	= 45.780,34 (1+0,23) = 56.309,82
Periodo tres	= 56.309,82 (1+0,23) = 69.261,08
Periodo cuatro	= 69.261,08 (1+0,23) = 85.191,13
Periodo Cinco	= 85.191,13 (1+0,23) = 104.785,10

Cuadro Nº 15. Proyección de Ventas primeros 5 años.

Elaborado por: Angélica Mejía, 2011.

4.5.9. Cuadro de Flujo de Caja

PERIODOS	0	1	2	3	4	5
Ingresos		45.780,34	56.309,82	69.261,08	85.191,13	104.785,10
OTROS INGRESOS						
Costo de producción		24.721,38	30.407,30	37.400,98	46.003,21	56.583,94
Utilidad marginal		2.1058,96	25.902,52	31.860,10	39.187,92	48.201,14
Costos administración		3.662,43	4.504,79	5.540,89	6.815,29	8.382,81
Costo de ventas		1.373,41	1.689,29	2.077,83	2.555,73	3.143,55
AMORTIZACIÓN CAPITAL						
INTERÉS PAGADO						
Utilidad bruta		16.023,12	19.708,44	24.241,38	29.816,90	36.674,78
15% trabajadores		2.403,47	2.956,27	3.636,21	4.472,53	5.501,22
Utilidad antes de impuesto		13.619,65	16.752,17	20.605,17	25.344,36	31.173,56
25% sri		3.404,91	4.188,04	5.151,29	6.336,09	7.793,39
Utilidad neta		10.214,74	12.564,13	15.453,88	19.008,27	23.380,17
Activos fijos	6.425,00					
Activos diferidos	240,00					
Capital de trabajo	10.728,60					
FLUJO						
Depreciación		578,25	578,25	578,25	578,25	578,25
Flujo neto	- 17.393,60	10.792,99	13.142,38	16.032,13	19.586,52	23.958,42
Flujo actualizado	-17.394	9.468	10.113	10.821	11.597	12.443

Cuadro N° 16. Flujo de Caja.

Elaborado por: Angélica Mejía, 2011.

Evaluación de los Indicadores Financieros

- El VAN que se obtuvo es mayor que cero; por lo tanto, el proyecto es viable ya que fue de \$ 36.719,09
- El TIR que surgió del proyecto fue del 73%, esto quiere decir que el proyecto es factible.
- El indicador Beneficio / Costo indica que es de 1,54 dólares, esto quiere decir que por cada 1 dólar que se invierta se obtendrá una ganancia de 0,54 centavos.
- El PRI indica que el tiempo en que se va a recuperar la inversión es dentro de un año aproximadamente. Por lo tanto, se va a recuperar pronto a inversión.

CAPÍTULO V.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

En la actualidad en el campo del servicio de Catering Infantil en el país ha tenido un crecimiento progresivo en los últimos años, así como también existen ciertos segmentos de mercado que requieren de una atención novedosa e innovadora que se ajuste a su exigente estilo de vida.

A muchas madres, sobre todo las que trabajan la jornada completa, les encantará saber de alguien que puede proporcionarles todo lo necesario para una fiesta infantil de cumpleaños.

Mediante el estudio de mercado realizado se ha determinado que el negocio es factible, por lo tanto es una oportunidad la puesta en marcha del mismo.

La aplicación de estrategias, puesta en marcha, ejecución, manejo y evaluación en la creación de la empresa, permite que esta obtenga beneficios: una alta rentabilidad, reducción de costos y posicionamiento en el mercado.

Construir una relación de confianza con un cliente y conseguir que éste se vuelva un importante agente de ventas es una tarea que demanda esfuerzo, dedicación y sumo cuidado.

Hay la obligación de diversificar al producto que se ofrece, pues aunque los niños escojan una fiesta, siempre exigirán que la temática, los personajes, la música e inclusive la comida, sea distinta o diferente.

5.2. Recomendaciones

La empresa deberá tener muy en cuenta, tanto el servicio y el producto sea de calidad para así satisfacer las necesidades de los consumidores.

Actualizar constantemente estrategias que permitan a la empresa posicionarse en la mente del consumidor creando la diferenciación y, por tanto, una ventaja competitiva en el mercado.

Realizar revisiones periódicas de los estados financieros para buscar posibles beneficios con la reducción de costos para la organización.

Para iniciar una microempresa factible y viable es necesaria primero la realización de un estudio de mercado, analizar correctamente los indicadores, contar con un capital y estar dispuestos totalmente a la realización del mismo.

Si todos los componentes del paquete “todo incluido” no son percibidos como excelentes, el empresario corre el riesgo de perder el cliente o ver disminuida su demanda.

Si los empresarios no ejercen un control absoluto en los distintos subproductos que integran su oferta, un buen servicio pudiera ser percibido como deficiente.

Un adecuado manejo de los servicios ligados, sea que se provean por la misma persona que organiza o sea que se tercericen, es imprescindible para cautivar al cliente.

BIBLIOGRAFÍA

Fuentes Impresas:

Leiva, F. 2001. *Investigación Científica*. Quito. S/ed. Quinta Edición.

Taco, C. 2009. *Módulo Gestión Estratégica*. Universidad Iberoamericana del Ecuador. Escuela de Administración de Empresas Gastronómicas. Tercer Nivel. Módulo no Publicado.

Vásquez, L. 2009. *Módulo Gestión de Catering, Banquetes y Eventos*. Universidad Iberoamericana del Ecuador. Escuela de Administración de Empresas Gastronómicas. Tercer Nivel. Módulo no Publicado.

Fuentes Virtuales:

<http://es.wikipedia.org/wiki/Catering.html>. Fecha de consulta: 10 febrero 2011

<http://es.wikipedia.org/wiki/Productividad.html>. Fecha de consulta: 10 febrero 2011

<http://www.rppnet.com.ar/tecnicasdeinvestigacion.html>. Fecha de consulta: 15 febrero 2011

<http://www.quito.gov.ec/>. Fecha de consulta: 20 julio 2011.

http://es.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lisis_DAFO. Fecha de consulta: 20 febrero 2011.

Martínez, R. 2010. *Etiquetas Alimentos y Bebidas*. S/c. En: <http://rincondeluniversitario.blogspot.com/2010/02/servicio-de-catering.html>. Fecha de consulta: 10 febrero 2011.

<http://blogdenutricionyalimentacion.blogspot.com/2009/03/concepto-de-nutricion.html>.
Fecha de consulta: 15 febrero 2011.

Anexos "B"



REQUISITOS:

GENERALES:

- ✓ Formulario Único de Licencia Metropolitana de Funcionamiento
- Copia del RUC *actualizado*
- ✓ Copia de Cédula de Identidad o Ciudadanía del Representante Legal
- ✓ Copia de papeleta de votación del representante legal
- Informe de Compatibilidad de Uso de Suelo
- * *Para establecimientos que requieren control sanitario: Carné de salud del personal que manipula alimentos (cuando aplique).*

ESPECIFICOS:

- Requisitos adicionales de acuerdo al tipo de empresario
Persona Jurídica: Copia de Escritura de Constitución (primera vez)
Artesanos: Calificación Artesanal
- Requisitos adicionales para los establecimientos que deseen colocar Publicidad Exterior.
 - * Autorización notariada del dueño del predio(en caso de no ser local propio).
 - * En caso de propiedad horizontal: Autorización notariada de la Asamblea de Copropietarios o del Administrador como representante legal.
 - * Dimensiones y Fotografía de la Fachada del Local (ESTABLECIMIENTOS CON PUBLICIDAD EXISTENTE).
 - * Dimensiones y bosquejo de cómo quedará la Publicidad (PUBLICIDAD NUEVA).
- Requisitos adicionales para los establecimientos que requieren de un certificado ambiental
 - * Certificado Ambiental Vigente.





**MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO
SOLICITUD DE LICENCIA METROPOLITANA DE FUNCIONAMIENTO**

Nombre o Razón Social: _____ No. RUC: _____
 Denominación o Nombre Comercial _____ No. De Patente actual: _____
 No. Licencia Metropolitana de Funcionamiento (renovación) _____ No. Predio: _____

PERSONA NATURAL

PERSONA JURÍDICA U OBLIGADA A LLEVAR CONTABILIDAD

Nombre completo: _____ Nombre completo del Representante Legal: _____
 No. C.I.: _____ No. C.I. Representante Legal: _____
PARA ARTESANOS No. Resolución: _____
 Acuerdo Ministerial No.: _____ Fecha de Resolución: _____
 Calificación Artesanal No.: _____ (Dd/mm/aa)
 Fecha de Resolución: _____ Capital Suscrito: _____
 (Dd/mm/aa)

DIRECCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO

Actividad Económica: _____

Marque con una X en el material que utiliza:

	CANTIDAD		
	Pequeña	Mediana	Grande
<input type="checkbox"/> Madera, papel, ropa, similares			
<input type="checkbox"/> Líquidos o gases inflamables			
<input type="checkbox"/> Productos almacenados en palets de madera o en cartón corrugado			
<input type="checkbox"/> Productos almacenados en canastas de madera o envolturas de cartón corrugado			
<input type="checkbox"/> Otros artículos combustibles almacenados o utilizados en la fabricación:			

Dimensiones del local (m2): _____

DIRECCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO

Calle Principal: _____ Calle Secundaria: _____ Letra - Numero: _____
 Edificio: _____ Piso: _____ Oficina / Departamento No.: _____
 Parroquia: _____ Sector o Referencia para ubicación: _____
 Teléfono 1: _____ Teléfono 2: _____ E-mail: _____

INFORMACIÓN PARA PUBLICIDAD EXTERIOR

En caso de requerir permiso para publicidad exterior (rótulo) por favor completar la siguiente información: Local propio Local arrendado

Leyenda: _____ Largo: _____ Ancho: _____ Altura sobre el nivel de la acera: _____ Tipo de Material: _____

UBICACIÓN DEL RÓTULO		
Adosado a la fachada frontal	Adosado a la pared medianera	Adosado a la pared lateral

TIPO RÓTULO						
Rótulo	Mural	Vallas	Bandera	Paneles Estáticos	Módulos	Otro (especifique)

CROQUIS DE UBICACIÓN



Sres. Municipio del Distrito Metropolitano de Quito:
 Por medio de la presente, el suscrito afirma conocer la obligatoriedad de cumplir con la normativa local vigente para Licencia Metropolitana de Funcionamiento; así como las



INSTRUCTIVO FORMULARIO DE SOLICITUD DE LICENCIA METROPOLITANA DE FUNCIONAMIENTO

Por favor completar a máquina, o con letra imprenta cada uno de los campos de acuerdo al siguiente instructivo:

INFORMACIÓN GENERAL

Esta sección solicita información general para identificar al establecimiento y será utilizada por las diferentes instancias del municipio involucradas en el proceso de emisión o renovación de la Licencia Metropolitana de Funcionamiento: Patentes, Inspecciones de Bomberos, Inspecciones de Publicidad exterior (cuando el establecimiento mantenga publicidad).

Nombre o Razón Social: Nombre del establecimiento o persona natural, o la razón social tal como consta en el RUC.

Denominación o Nombre Comercial: Corresponde al nombre con el que los clientes ubican al establecimiento, que puede ser la misma razón social u otro.

Número de RUC: El número de registro de contribuyente y para el caso de tener varios establecimientos bajo el mismo RUC, favor colocar el código del establecimiento.

Emisión o Renovación de la Licencia Metropolitana de Funcionamiento: Para aquellos establecimientos que se acojan por primera vez al esquema de "Licencia Metropolitana de Funcionamiento" escribir emisión, independientemente de que ya tengan una patente municipal u otros permisos previos. En el caso de aquellos establecimientos que ya realizaron este proceso y ya tienen asignado un número de "Licencia Metropolitana de Funcionamiento", favor escribir **renovación**.

Número de patente actual: En caso de que el establecimiento para el que se solicita la Licencia Metropolitana de Funcionamiento ya cuente con un Registro de Patente, favor completar este campo.

Número de predio: Estos campos deben ser completados con información del predio en el cual se ubica el establecimiento, independientemente de tratarse de un local propio o arrendado. Esta información permitirá ubicar el local para el cual se está solicitando la Licencia Metropolitana de Funcionamiento.

TIPO DE CONTRIBUYENTE

En esta sección se diferenciará a las personas naturales, artesanos y jurídicas u obligadas a llevar contabilidad.

Personas naturales:

Nombre completo: Este campo deberá ser completado por las personas naturales, indicando los nombres y apellidos completos del propietario del negocio.

Número de Cédula de Identidad o ciudadanía: colocar el número de cédula del propietario del negocio.

Los artesanos calificados deberán completar la información:

Acuerdo Ministerial No: Colocar el número de acuerdo ministerial que consta en su calificación de artesano.

Calificación Artesanal No: Colocar el número del carné de la Calificación Artesanal.

Fecha de Resolución: Indicar el día, mes y año que recibió su resolución de la Junta Nacional de Artesanos.

Las personas jurídica u obligada a llevar contabilidad:

Nombre completo del Representante Legal: Indicar los nombres y apellidos completos del representante Legal.

Número de Cédula de Identidad o ciudadanía del Representante Legal: colocar el número de cédula del representante Legal.

Número de Resolución: Colocar el número de resolución de la Superintendencia de Compañías.

Fecha de Resolución: Indicar el día, mes y año de la resolución de la Superintendencia de Compañías.

Capital Suscrito: Es el capital que consta en las escrituras de constitución.

INFORMACIÓN PARA CATEGORIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA

Esta sección será utilizada por el cuerpo de bomberos para analizar el Riesgo de incendios del establecimiento y definir un esquema de inspecciones. La falsedad en entrega de información será sancionada con la revocatoria de la Licencia Metropolitana de Funcionamiento y la clausura del establecimiento.

Actividad Económica: Coloque la descripción de la actividad principal que realiza en ese local, esta descripción debe ser la misma que consta en el Registro Único de Contribuyentes.

En estos campos deberá completar información sobre tipo de material que utiliza o almacena para poder cumplir con su actividad económica, marcando con una X en la casilla que corresponda.

Estimar la cantidad de material que utiliza o almacena

En caso de no almacenar o utilizar ningún tipo de material que pueda incidir en el riesgo de incendios, no marque ninguno de los casilleros.

Dimensiones del local: En este campo, coloque en números claros las dimensiones del establecimiento (en metros cuadrados).

DIRECCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO

En estos campos se deberá completar claramente la información solicitada correspondiente a la dirección del establecimiento, es importante que registre al menos un número telefónico.

INFORMACIÓN PARA PUBLICIDAD EXTERIOR

Esta sección será completada únicamente si desea colocar publicidad en su negocio.

Número de rótulos: indicar el número de rótulos que se colocará en el establecimiento.

Local Propio o Local Arrendado: Marcar con una X en el casillero que corresponda

Para cada rótulo detallar la información solicitada

CROQUIS DE UBICACIÓN

Dibujar el croquis de ubicación del establecimiento con el fin de facilitar su localización a los diferentes inspectores.