

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR

ESCUELA DE GASTRONOMÍA



**Diseño de un plan de negocio para la creación de un catering industrial en el
sector Carcelén**

Trabajo de Titulación para la obtención del Título de Ingeniero en Administración de
Empresas Gastronómicas

Autores:

Margarita Elena Mora Cachago

Carlos Javier Trujillo Castellano

Director

Mgst. Juan Francisco Romero

Quito-Ecuador.

Febrero 2023

Quito, 22 de febrero del 2023

CARTA DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Magister

Juan Francisco Romero

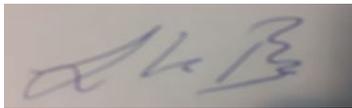
Director de la Escuela de Gastronomía

Presente

Yo, Juan Francisco Romero Director (a) del Trabajo de Titulación realizado por por Margarita Elena Mora Cachago, Carlos Javier Trujillo Castellano, estudiante de la carrera de Gastronomía, informo haber revisado el presente documento titulado "Diseño de un plan de negocio para la creación de un catering industrial en el sector Carcelén", el mismo que se encuentra elaborado conforme al Reglamento de Titulación, establecido por la UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR, UNIB.E de Quito y el Manual de Estilo institucional; por lo tanto autorizo su presentación final para los fines legales pertinentes.

En tal virtud autorizo a los señores a que concedan a realizar el anillado del trabajo de titulación y su entrega en la secretaria de la Escuela.

Atentamente,



Mgst. Juan Francisco Romero

Director del Trabajo de Titulación (Administrativo)

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo: **CARLOS JAVIER TRUJILLO CASTELLANO**, con C.I. 1717656407, de la carrera de **GASTRONOMÍA** declaro en forma libre y voluntaria que los criterios emitidos en el presente Trabajo de Titulación denominado: **"Diseño de un plan de negocio para la creación de un catering industrial en el sector Carcelén**

". Así como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuestas son de exclusiva responsabilidad de mi persona como autor(a).

1.-Declaro igualmente, tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Universidad Iberoamericana del Ecuador, de conformidad con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT, en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.-Autorizo a la Universidad Iberoamericana del Ecuador a difundir a través de sitio web de la Biblioteca de la UNIB.E, el referido trabajo de graduación, respetando las políticas de propiedad intelectual de Universidad Iberoamericana del Ecuador.

Quito, DM., a los 10 del mes de marzo de 2023



(Carlos Trujillo)

1717656407

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo: **Margarita Elena Mora Cachago**, con C.I. **1723606701**, de la carrera de **Gastronomía** declaro en forma libre y voluntaria que los criterios emitidos en el presente Trabajo de Titulación denominado: **"Diseño de un plan de negocio para la creación de un catering industrial en el sector Carcelén"**. Así como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuestas son de exclusiva responsabilidad de mi persona como autor(a).

1.-Declaro igualmente, tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Universidad Iberoamericana del Ecuador, de conformidad con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT, en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.-Autorizo a la Universidad Iberoamericana del Ecuador a difundir a través de sitio web de la Biblioteca de la UNIB.E, el referido trabajo de graduación, respetando las políticas de propiedad intelectual de Universidad Iberoamericana del Ecuador.

Quito, DM., a los 10 del mes de marzo de 2023



(Margarita Mora)

1723606701

DEDICATORIA

El presente proyecto se lo dedico a Dios, por darme la fortaleza y paciencia que se necesita para enfrentar las dificultades que se me han presentado a lo largo de esta etapa, dedico de manera especial a:

- Joaquín y Luciano mis pequeños, la razón que me motiva todos los días para ponerme de pie y seguir creciendo, quien, con sus alegrías, risas, y locuras, ha llenado mi vida sin precio alguno.
- A mis Padres: Marco Mora y María Elena quienes son las personas que han estado incondicionalmente para mí, han sabido guiar mis pasos y darme buen ejemplo para ser una persona de bien.
- Carlos Trujillo: Mi pareja, mi compañero, amigo, que ha sido una persona que me ha sabido brindar su apoyo y sus conocimientos.

El presente proyecto se lo dedico a Dios por guiarme y encaminarme en cada paso que he sabido dar, por guiarme en los momentos mas difíciles y los momentos más importantes de vida, por dificultades tropiezos se me presento a lo largo de esta etapa se lo dedico de la manera mas grata posible

- A mis hijos Joaquín y Lucino por han sido lo mas importante que tengo en la vida para que se sientan orgulloso de su padre y por compartir momentos únicos logros de cada unos de ustedes y por ser mi motivación y terminar esta etapa de mi vida.
- Margarita Mora por llegar a mi vida cuando más necesitaba y convertirte en el amor de vida y darme dos hermosos hijos y seguir juntos en momentos como este gracias por ser mi apoyo y ser quien me ayuda a ser la persona quien hoy soy.
- A mis padres Carlos Trujillo y Enriqueta Castellano por formar una persona con valores y principios que ante todo primero es la humildad ante las riquezas, y gracias nunca darse por vencidos y luchar para ser alguien en la vida.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, le agradezco a Dios por permitirme culminar este ciclo de mi vida, y poder llegar a la meta con el éxito esperado. A mi familia por el apoyo y motivación incondicional que me ha brindado no solo en este proyecto sino en cada etapa de mi vida.

A mi tutor Mg. Francisco Romero por su tiempo, dedicación y conocimientos impartidos para que pueda concluir con éxito el presente trabajo. Y por último a mi pareja que ha estado permanentemente en la buenas y en las malas, que ha sabido darme fuerzas cuando ya no las tenía.

Margarita Mora

En primer lugar, le agradezco a Dios por permitirme culminar una etapa de vida y no dejarme vencer antes las diversidades y también por dejarme conocer personas buenas en el transcurso de mi carrera

A mis padres ya que asido mi motor fundamental e impulsar mis sueños quienes siempre estuvieron para ser mi guía en mi vida. Es por eso que hoy e culminado una meta se los agradezco por siempre estar pendiente de cada paso que dado un luchar por ser alguien en la vida.

A mi tutor Mg. Francisco Romero por su tiempo impartido dio su dedicación y conocimientos impartidos para poder culminar esta etapa, a mi esposa ya que emos compartito los momentos más lindos de la vida y darme dos hijos hermosos y tener por quien luchar ser alguien en la vida

A franklin Raura por un amigo incondicional y ser de los verdaderos amigos quien estuvo y me brindo la mano en los momentos más difíciles de mi vida gracias.

Carlos Trujillo

ÍNDICE GENERAL

CARTA DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.....	ii
DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN	iii
DEDICATORIA.....	v
ÍNDICE GENERAL.....	vii
ÍNDICE DE TABLAS	xi
ÍNDICE DE FIGURAS	xiii
ÍNDICE DE ANEXOS	xiv
RESUMEN.....	xv
INTRODUCCIÓN	14
CAPITULO I	17
EL PROBLEMA	17
Planteamiento del Problema	17
Formulación del Problema.....	18
Objetivos.....	18
General	18
Objetivo Específicos	19
Justificación	19
Alcance de la Investigación	20
CAPITULO II	21
MARCO TEÓRICO.....	21
Antecedentes de la Investigación.....	21
Identidad Gastronómica	22
Generalidades del Catering.....	23
Plan de Negocios.....	24
Análisis del Entorno	25
Factores Económicos	26

Factores Sociales.....	26
Factores Técnicos.....	26
Factores Ambientales	27
Estudio de Mercado.....	27
Estudio Técnico	29
Estudio Financiero	29
CAPITULO III	31
METODOLOGÍA.....	31
Naturaleza de la Investigación	31
Paradigma.....	31
Enfoque de Investigación.....	31
Tipo de Investigación	31
Diseño de Investigación.....	32
Métodos de Investigación	33
Población y Muestra	34
Técnica e Instrumentos de Recolección de Datos.....	35
Operacionalización de Variables	36
Validez y Confiabilidad	37
Técnicas de Análisis de Datos	40
CAPÍTULO IV	41
RESULTADOS E INTERPRETACIÓN	41
Resultados de Encuestas.....	41
Determinación Oferta y Demanda.....	47
Demanda.....	47
Oferta	48
Demanda Insatisfecha	50
Aspectos Técnicos.....	51

Tamaño del Proyecto	51
Localización	53
Ingeniería del Proyecto	53
Distribución de Planta	53
Proceso del Servicio	54
Necesidades de Equipos y Muebles.....	54
Transporte y Logística	56
Aspectos Administrativos	56
Constitución de la Empresa	56
Direccionamiento Estratégico	57
Estructura Organizacional.....	57
Estudio Económico	58
Presupuesto de Inversión	58
Financiamiento.....	60
Costos y Gastos.....	60
Costo de Producción.....	60
Gastos Administrativos	62
Gastos de Ventas.....	62
Gastos Financieros	62
Presupuesto de Ingresos	63
Presupuesto de Costos y Gastos	65
Estados Financieros	65
Estado de Situación Inicial.....	65
Estado de Resultados.....	66
Flujo de Caja	68
Punto de Equilibrio	69
Evaluación Financiera.....	69

Valor Actual Neto (VAN)	70
Tasa Interna de Retorno (TIR).....	71
Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)	71
Análisis Costo – Beneficio (C/B).....	72
CAPÍTULO IV	73
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	73
Conclusiones	73
Recomendaciones.....	74
GLOSARIO.....	76
BIBLIOGRAFÍA	77
ANEXOS.....	81

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de variables	36
Tabla 2. Validación de instrumento mediante juicio de experto	38
Tabla 3. Alfa de Cronbach	39
Tabla 4. Demanda en número de empresas	47
Tabla 5. Demanda en número de trabajadores	47
Tabla 6. Demanda anual en cantidad de menús	48
Tabla 7. Proyección de la demanda	48
Tabla 8. Oferta en función del número de empresas (cobertura).....	49
Tabla 9. Oferta en número de trabajadores.....	49
Tabla 10. Oferta anual en cantidad de menús.....	50
Tabla 11. Proyección de la oferta	50
Tabla 12. Demanda insatisfecha.....	50
Tabla 13. Capacidad instalada de la empresa.....	52
Tabla 14. Localización de las instalaciones de la empresa.....	53
Tabla 15. Muebles y equipos	55
Tabla 16. Menaje.....	55
Tabla 17. Muebles, enseres e insumos de oficina.....	55
Tabla 18. Equipo de transporte y logística.....	56
Tabla 19. Activos fijos	58
Tabla 20. Activos diferidos	58
Tabla 21. Costo total	59
Tabla 22. Costo total	59
Tabla 23. Forma de financiamiento.....	60
Tabla 24. Materia Prima Directa	61
Tabla 25. Mano de obra	61
Tabla 26. Costos indirectos de fabricación	61
Tabla 27. Gastos administrativos.....	62
Tabla 28. Gastos de ventas	62
Tabla 29. Cálculo del precio.....	63
Tabla 30. Presupuesto de ingresos	64
Tabla 31. Presupuesto de costos y gastos	65
Tabla 32. Estado de resultados	66

Tabla 33. Flujo de caja	68
Tabla 34. Cálculo del punto de equilibrio	69
Tabla 35. Tasa de descuento.....	70
Tabla 36. Flujos actualizados.....	70
Tabla 37. Periodo de recuperación de la inversión	71
Tabla 38. Relación costo beneficio	72

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Clasificación de las empresas de catering	24
Figura 2. Componentes del estudio de mercado	27
Figura 3. Años de actividad económica	41
Figura 4. Número de empleados.....	41
Figura 5. Dispone de servicio de alimentación	42
Figura 6. Satisfacción del servicio.....	42
Figura 7. Aceptación del servicio	43
Figura 8. Contratación del servicio.....	43
Figura 9. Conocimiento de empresas de catering	44
Figura 10. Razones para contratar catering	44
Figura 11. Medios para conocer la empresa	45
Figura 12. Valor posible a pagar	45
Figura 13. Tipos de servicios	46
Figura 14. Criterios para contratar el servicio	46
Figura 15. Ubicación en el mapa geográfico	53
Figura 16. Distribución oficina.....	54
Figura 17. Organigrama estructural	57

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Formato de encuesta	81
Anexo 2a. Formato de validación de encuesta.....	83
Anexo 2b. Reporte de antiplagio.....	88
Anexo 3. Diagrama de flujo del proceso del servicio de catering.....	89
Anexo 4. Tabla de amortización.....	90
Anexo 5. Tarjetas de costos.....	91

Resumen

El presente trabajo tiene como objetivo diseñar un plan de negocios para la creación de un servicio de catering industrial en el sector de Carcelén de la ciudad de Quito, esto mediante un estudio integral de factibilidad para cubrir la demanda del mercado. En el marco teórico se definen los principales términos y se sustenta el desarrollo del trabajo. Se utilizó el paradigma positivista, con una metodología de carácter cuantitativo; se efectuó un trabajo de campo con una muestra de 189 empresas ubicadas en las zonas urbanas de la parroquia de Carcelén, a quienes se les aplicó una encuesta. Los resultados permitieron conocer que existe un nivel de aceptación del servicio del 88 %, así como también respecto a la oferta se identificó una sola empresa como competencia directa, obteniendo una demanda insatisfecha de 2.117.904 pax y una capacidad instalada del 3,67% que representa a 77.760 pax anuales. La empresa se constituirá bajo la denominación de Sociedad Anónima, con la razón social catering y eventos: Moritas Pasión S.A. El monto de la inversión para la creación del establecimiento es de USD 121.667,09, de los cuales el 67% será financiado a través de la aportación de los socios y el 33% por medio de un crédito a una institución financiera. Los resultados de la evaluación financiera concluyeron que la creación de la empresa es viable y rentable. Se recomendó la implementación de estudios del entorno, diseño de manuales de funciones y propuesta de planes estratégicos para cumplir con el volumen de ventas presupuestado.

Palabras claves: plan de negocios, catering industrial, Carcelén, factibilidad, mercado.

INTRODUCCIÓN

El origen del catering se remonta al cuarto milenio a.C., cuyos inicios se caracterizó por que en estos lugares se proveía alimentos gratis. En Roma, el servicio de catering se utilizó para aprovisionar a los soldados y a los viajeros de las rutas comerciales, eventos que dieron lugar a la expansión por toda Europa. Con el pasar de los años por prestar este tipo de servicio se empezaron a cobrar, ya que no solo se proveía alimentos, sino que también se los presentaba con estilo. Los griegos fueron quienes por primera vez ofrecieron servicios de hospitalidad masivamente y lo convirtieron en una actividad comercial.

Para el siglo XV el catering se popularizo enormemente en Alemania, tal es así que, se empezó a regular la calidad de los productos, bebidas, alimentos, en albergues y posadas. Los barcos o buques mercantes fueron los primeros en emplear el servicio de catering oficiales. Posteriormente, pasa a generalizarse en el mundo de la aviación, introduciendo este término en ingles que se mantiene hasta la actualidad (Crisol Equipamiento Hostelero, 2010).

Este servicio se caracteriza principalmente por llevar un proceso estricto de planificación y organización, así también por la minuciosa elección de productos para la preparación de alimentos, y finalmente el plus es presentarlo de manera creativa e innovadora, con el fin de crear experiencias únicas para que el tipo de evento sea memorable y satisfacer al cliente.

Por otra parte en la ciudad de Quito, se pueden encontrar variedad de empresas que prestan servicios de catering, mismas que tienen distinto enfoque, como social, a domicilio, para eventos especiales, puerta a puerta, empresa, móvil e industrial. Este último, según Amantel Catering (2016), se trata de un servicio donde se sirven los alimentos a un grupo o conjunto grande de personas, estos pueden ser: escuelas, hospitales, empresas, líneas áreas y otras instituciones.

Este tipo de establecimientos en su gran mayoría trabajan a través de contratos semestrales o anuales, lo que provee al negocio de catering estabilidad y sostenibilidad a largo plazo. A pesar de esta diversificación de servicios de catering,

en la ciudad de Quito, especialmente en la zona del sector de Carcelén, no existe un establecimiento de este tipo que este bien direccionado desde la perspectiva de servicio de catering industrial, es decir llevan una misma metodología de trabajo, lo cual no generan valor y tampoco valor agregado para el cliente. De igual forma de los negocios existentes en la zona, se detectan falencias en la infraestructura, prestación de servicios, atención al cliente, calidad, entre otros.

Bajo este panorama, se plantea la idea de creación de este tipo de negocios, sin embargo cabe destacar la necesidad de crear una empresa sustentable y sostenible frente a un mercado competitivo, en cual la mayor parte de emprendimientos fracasan debido a visiones poco fundamentadas y estrategias inadecuadas, por todo aquello, es oportuno determinar recursos que definan la factibilidad de un negocio, mediante un plan de negocios.

De acuerdo a lo anterior expuesto, el presente estudio se orienta a determinar la potencialidad de creación de un negocio de servicio de catering industrial en la zona industrial de Carcelén en la ciudad de Quito, esto con el objeto de poder cristalizar la idea y ofrecer una opción innovadora a un grupo de potenciales clientes, crear fuentes de empleo y aportar al crecimiento del sector.

El presente plan de negocios se estructuro de la siguiente forma: en el capítulo I expone el planteamiento del problema, la respectiva justificación y una recapitulación de lo efectuado en base a los objetivos inicialmente planteados, mismos que sirvieron para alinear el desarrollo de la investigación dentro de una estructura lógica y secuencial.

En el capítulo II se realizó el Marco Teórico mismo que sirvió para sustentar teóricamente el presente trabajo en base a referencias de autores, investigaciones y otros estudios en base al tema planteado. Posteriormente, se desarrolló la metodología de investigación aplicada, el enfoque, los métodos, el tipo de estudio, el diseño, las técnicas y procesos de investigación aplicados para la recolección de datos e información de campo.

Seguidamente, en el capítulo IV se presenta el análisis e interpretación de los resultados obtenidos del proceso de investigación y finalmente en el capítulo V se determinan las respectivas conclusiones y recomendaciones como resultado de la investigación realizada y el cumplimiento de objetivos.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del Problema

Actualmente, en el mercado, el servicio de catering es muy demandado y requerido especialmente por comedores colectivos, para quienes es muy rentable la contratación de este servicio, antes que preparar los alimentos dentro del propio centro o lugar de actividad.

En la ciudad de Quito existen, muchas empresas que ofrecen los servicios de catering, mismas que no tienen una filosofía empresarial definida y clara, lo que ha conllevado a seguir procesos de trabajo ambiguos y obsoletos, como consecuencia no generan ningún valor agregado para el cliente, dejando claramente entrever que existe una demanda insatisfecha, es decir un mercado no conforme. Ante esta dinámica el mercado es cubierto por establecimientos que prestan servicios similares, dejando entrever que el cliente opta por servicios que no satisfacen completamente con sus necesidades.

Hoy en día, en la ciudad existen diversos establecimientos de catering, sin embargo, en el sector de Carcelén Industrial no existe uno que se enfoque al servicio de catering industrial, por tanto, se seleccionó esta zona, además por ser un lugar altamente transitado por personas y de gran concentración de la mayor parte de empresas industriales de la ciudad de Quito

Según un estudio realizado por Trujillo (2016), se indica que en el sector de Carcelén existen aproximadamente 37 empresas, mismas que demandan del servicio de alimentación para satisfacer las necesidades del personal y empleados que laboran en las empresas ubicadas en el norte de Quito, que comprenden sectores como: Pomasqui, Calderón, Carapungo, Carcelén, El Inca, El Batán, entre otros. Esto muestra la demanda existente en el sector.

Por otra parte, a través de entrevistas informales realizadas con los consultados, para conocer la situación actual de las empresas que brindan servicios de catering en la

zona de Carcelén, expusieron que existe una gran falencia, ya que no cuentan con comedores propios o restaurantes aledaños al sector, de los pocos que existen no brindan un servicio adecuado.

De igual forma, las empresas de servicios de alimentación no cuentan con equipamiento e infraestructura idónea, por ende es notable que exista una gran demanda de las empresas del sector, cabe destacar además que el servicio de alimentación que brindan no sean adecuadas.

En este contexto surge la necesidad de crear un catering industrial con la herramienta de un plan de negocios. Según Alfredo (2016) un plan de negocios se define como un documento que constituye un instrumento de la planificación del carácter orientador en el que se precisan los grandes objetivos generales y metas a obtener, así como las acciones para su ejecución.

En consenso, para la creación de una empresa de Catering Industrial en la zona de Carcelén en la ciudad de Quito se deberá determinar la demanda insatisfecha, y través de un valor agregado se buscará ubicar a la empresa por encima de la competencia y satisfacer las necesidades.

Formulación del Problema

¿Qué elementos se consideran para la creación de un plan de negocios de un catering industrial en el sector de Carcelén?

Objetivos

General

Diseñar un plan de negocios para la creación de un servicio de Catering Industrial en el sector de Carcelén de la ciudad de Quito a través de un estudio integral de factibilidad, direccionado a la satisfacción del mercado.

Objetivo Específicos

- Efectuar un análisis situacional del entorno relacionado con el servicio propuesto.
- Realizar un estudio de mercado definiendo la oferta y la demanda de las industrias ubicadas en el en el sector de Carcelén Industrial.
- Realizar un estudio técnico estableciendo la demanda insatisfecha proyectada por el servicio de restauración.
- Analizar el estudio administrativo para la verificar el desarrollo y control del proyecto.
- Realizar un estudio económico que determine la viabilidad del presente proyecto.

Justificación

Desde el punto de vista científico, la elaboración de esta investigación contribuirá a proporcionar una solución a la problemática presentada, mediante el empleo y aplicación de una metodología de análisis y recolección de datos que culminará en la propuesta de un plan de negocios para la creación de un catering industrial, con resultados medibles y cuantificables.

Desde el punto de vista social la investigación tiene por objeto permitir satisfacer las demandas de los clientes a través de posibles indicadores que determinen las necesidades, gustos y preferencias, para brindar todas las comodidades que las empresas requieren, para que los trabajadores se beneficien con una infraestructura cercana al sector, con trasportes adecuados que no rompa el proceso de un buen almacenamiento, con productos de calidad y servicio adecuado para los trabajadores.

Desde el punto de vista metodológico se estaría estableciendo un conjunto de directrices que permitirán orientar el desarrollo de los procesos operacionales con la creación de un plan de negocios para un catering industrial, dirigidos al servicio para empresas aledañas al sector. Los instrumentos de recolección de datos y los procesos de análisis de resultados permiten la toma correcta y asertiva de decisiones.

Alcance de la Investigación

El presente proyecto se enfoca elaborar el diseño de un plan de negocios para la creación de un servicio de Catering Industrial. El estudio se realizará en el área de Carcelén de la ciudad de Quito, para cumplir con el propósito principal de la investigación se realizará un estudio integral de factibilidad, a fin de satisfacer las necesidades de este sector del mercado.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

Antecedentes de la Investigación

La creación de planes de negocio enfocadas en la industria del Catering es una temática que ha llamado la atención de diferentes autores, debido que representa una oportunidad para ingresar a un mercado en constante expansión y crecimiento. En este apartado se presentan algunos de los estudios realizados los cuales sirvieron de aporte para el presente proyecto.

La Universidad Señor de Sipán cuenta en su repositorio con la investigación titulada, “Plan de negocio para la creación de una compañía de catering con productos saludables en el Distrito de Pimentel 2018”, su autor Aguirre (2019) se planteó como principal objetivo diseñar el plan de negocio considerando todos los elementos para que la constitución de la compañía sea exitosa. Empleó una metodología de tipo descriptiva – propositiva de diseño no experimental. Los principales resultados mostraron que la población tiene acogida por este tipo de negocios. Además, tras el análisis financiero se determinó la factibilidad para su creación.

El aporte de esta investigación al presente estudio está dado por la posibilidad de conocer los aspectos considerados por otros autores al momento de evaluar la factibilidad técnica, económica y financiera. De igual manera el análisis detallado del proceso metodológica, ayuda a tener mayor claridad respecto al tipo de investigación, técnicas e instrumentos que se pueden utilizar para lograr recopilar información confiable que aporte al cumplimiento de los objetivos planteados.

En esta misma línea se encuentra el estudio elaborado en la Universidad Técnica de Machala, con el título “Plan de negocios para el lanzamiento de una empresa de catering y eventos en la ciudad de Machala”, desarrollado por Nogueira (2018), cuyo principal objetivo el diseño de una plan que permita la creación de un organización enfocada en el área de catering. Para su realización se implementó un estudio de mercado para conocer las principales necesidades de los potenciales consumidores. Las principales conclusiones apuntan a que se trata de un mercado aún en

crecimiento en la ciudad, además de que se proyecta la factibilidad por existir fuentes de inversión seguras.

El estudio mencionado fue de utilidad para el proyecto de investigación ya que plantea la importancia de realizar estudios de mercado para conocer el contexto en el cual se planea implementar la idea de negocios. De esta manera se tiene mayor certeza respecto a las condiciones internas y externas que pueden influir en el éxito o fracaso de la empresa. Así mismo, se tomó en cuenta el fundamento teórico que sustentó el desarrollo de todo el proyecto.

Finalmente, se tomó en cuenta el estudio presentado en la Universidad Iberoamericana del Ecuador realizado por Alba (2022), titulado “Diseño de un Plan de Negocios para la creación de una empresa de Catering de Eventos Sociales en el Cantón Cayambe”, el objetivo principal fue diseñar un plan de negocio que sirva de base para crear una organización que ofrezca el servicio de catering. En la investigación se estableció un diagnóstico situacional, además de la oferta y demanda en el mercado de los eventos sociales. La principal conclusión fue que es importante tomar en cuenta los aspectos administrativo, comercial, técnico y financiero para asegurar el éxito del proyecto.

Los fundamentos de esta investigación permitieron determinar la importancia de definir de manera adecuada factores como: la estructura de la organización, el estudio financiero, análisis técnico y legal, de tal manera que se cuente con los datos necesarios para valorar la factibilidad de implementar una empresa de catering de que satisfaga las necesidades de los potenciales consumidores.

Identidad Gastronómica

La identidad gastronómica se configura como el arte de elaborar platos típicos o propios de una comunidad o sector específico, que permite identificarlos u caracterizarlos. En este sentido, se conoce que la población de Carcelén posee una amplia riqueza cultural gastronómica. Esto se debe a que la población que habita el sector proviene de distintas zonas del país, así como también del extranjero. Situación que ha permitido la construcción de una cultura diversificada.

De acuerdo con el Ministerio de Turismo (2015), EL Distrito Metropolitano de Quito conserva una gastronomía propia y diversa, puesto que existen platos tradicionales que se han preservado desde los inicios de la ciudad, a los cuales se han sumado nuevos platos de otras regiones. Cada uno de los sectores tiene sus propias costumbres que los caracterizan y permiten atraer a los turistas.

Son diferentes los platos tradicionales que existen, entre los cuales están el hornado, el yaguarlocro, los higos con queso, dulces de antaño, etc. De igual forma la gastronomía china, mexicana y española ha adquirido presencia dentro de la ciudad de Quito, tal es así que se ha incluido al menú el uso de hongos comestibles, cebollines, mariscos, verduras. Dichos alimentos se utilizan en la preparación de diversos platos que son comercializados en restaurantes o distribuidos al lugar solicitado por el cliente. De este modo se ha convertido en una oportunidad para ampliar las recetas alimenticias que se consumen en la familia local.

Generalidades del Catering

El catering se conoce como el servicio que se encarga de ofertar o suministrar alimentos preparados a diferentes tipos de eventos (Cruz, 2017). En algunos casos, este servicio incluye el alquiler de las instalaciones para que se desarrolle los eventos de cualquier índole, mientras que en otros casos se entrega los productos en el lugar solicitado por el cliente.

Este servicio ha sido útil para empresarios, hospitales, residencias, permitiéndole adquirir notoriedad en el mercado y un mayor crecimiento. Tan es así que el servicio se ha extendido a la presentación y dotación de personal. Por consiguiente, existen diferentes modalidades de empresas que prestan este tipo de servicios. A continuación de muestra su clasificación:

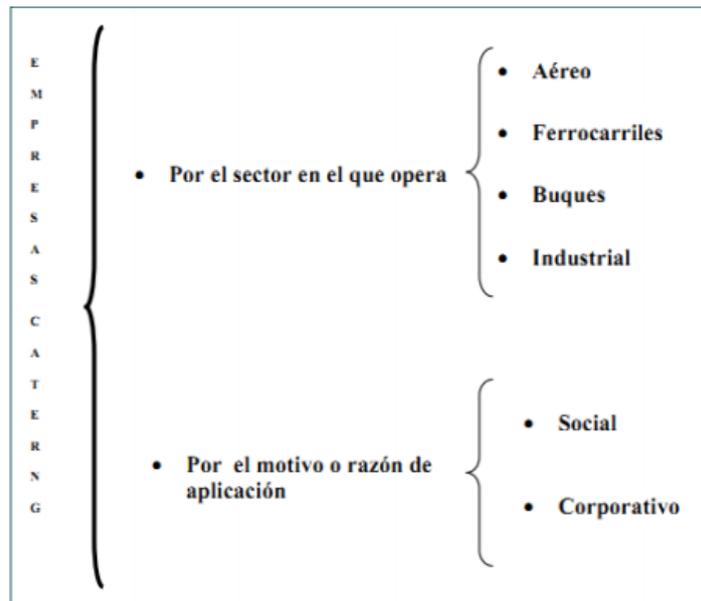


Figura 1. *Clasificación de las empresas de catering*

Nota: Construido a partir de Gamez (2011)

En este sentido, el servicio de catering se extiende al sector aéreo, ferrocarril, buques, industrias, así como a eventos sociales o corporativos. La mayoría de empresas o personas naturales que se dedican a organizar eventos contratan a profesionales en catering, para que se encarguen de la preparación de los alimentos, de modo que se ahorran tiempo y se evitan problemas.

Plan de Negocios

Los Planes de negocios es un documento que ayuda a la evaluación del negocio o proyecto empresarial en pro de establecer mejoras mediante alternativas de solución o estrategias que permitan que el proyecto sea rentable (Revista Líderes, 2015).

El plan de negocios es un documento en el que se expone la idea básica para la iniciativa de negocios y que incluye descripciones de dónde se encuentra usted ahora, hacia dónde desea ir y cómo pretende llegar allí (Longenecker, Moore, & Leslie, 2010).

Los autores coinciden que es un documento en el que se expresa la idea básica de una entidad y se describen consideraciones relacionadas con su continuación o

puesta en marcha. En ese plan los emprendedores y empresarios analizan dónde se encuentra ahora, hacia dónde desean ir y cómo pretenden llegar a la meta.

Para realizar el plan de negocios dentro de una organización es importante considerar que en primera instancia la aprobación de gerente o propietario de la empresa, pues, los mismos asignan recursos para implementar el plan de negocios, posteriormente, se analiza los pro y contras, cada plan debe ser ejecutado dentro de un tiempo estimado, manteniendo seguimiento y control del cumplimiento del mismo, empleando indicadores de satisfacción.

Dentro de la empresa genera dinamismo en la aplicación del plan, pues, mejora los procesos, mejor gestión administrativa, económica y financiera, se debe realizar análisis de las causas, raíces específicas, niveles de desempeño exigidos, programación de soluciones.

Es importante señalar que las oportunidades de mejora a través de implementación de un plan de negocios en una empresa deber aplicado periódicamente, puesto que se presentan cambios en normas y procedimientos, pues, ayuda a renovar los procesos existentes o depurar de acuerdo a los cambios del entorno organizacional. Según Longenecker, Moore, & Leslie (2010), para el emprendedor que inicia una nueva empresa, un plan de negocios tiene tres objetivos básicos:

- Identificar la naturaleza y el contexto de la oportunidad de negocios, es decir, ¿por qué existe una oportunidad así?
- Presentar el método que el emprendedor piensa adoptar para aprovechar dicha oportunidad.
- Reconocer los factores que determinarán si esta nueva iniciativa de negocios tendrá éxito.

Análisis del Entorno

El análisis externo tiene la finalidad de encontrar variables o hechos que se generan fuera de empresa, por ende no se pueden controlar; sin embargo, pueden generar un

impacto sea positivo o negativo a la organización. Por este motivo es importante realizar un análisis que permita prever cualquier evento que se presente. (Speth, 2016)

El análisis externo se basa en la identificación de los impactos que pueden tener en el corto o largo plazo, las consecuencias que pueden ocasionar a la empresa, las tendencias o hechos pasados y cómo van a actuar a futuro. Dicho análisis está relacionado con las variables nacionales y sectoriales.

Realizar un análisis externo es de suma importancia para el desarrollo de la organización, ya que permite detectar oportunidades y amenazas y además realizar una evaluación de los acontecimientos que se dan en el entorno de las empresas constructoras, los cuales están más allá de su control, pero de alguna manera puede beneficiar o perjudicar a la empresa.

Factores Económicos

Estos factores están relacionados con la economía del país y pueden evolucionar de acuerdo a varias situaciones que se produzcan en el entorno, los cuales pueden incidir en la capacidad adquisitiva de clientes y consumidores y al mismo tiempo afectar las ganancias de la empresa debido a una disminución de ventas (Martínez & Milla, 2012).

Factores Sociales

Los factores sociales se relacionan con aspectos de la sociedad que de alguna manera pueden influir en las condiciones, hábitos y estilos de vida de las personas. Para el caso se ha considerado que las variables que inciden en el proyecto son los niveles de pobreza y desempleo (Villacorta, 2015).

Factores Técnicos

Los factores tecnológicos son los utilizados en la creación o elaboración de productos, les permite agregar valor, mejorar la calidad e incrementar el volumen de producción.

Este factor permite realizar innovaciones que pueden llegar hasta la creación de nuevos sectores y al mismo tiempo afectar los límites de los ya existentes (Carrión, 2012).

Factores Ambientales

El aspecto ambiental se ha convertido en asunto de importancia a nivel mundial, la presión para lograr una reducción del impacto ambiental procede de varias fuentes como: gobiernos locales y nacionales, clientes, ONG dedicadas al medio ambiente; por lo tanto cualquier actividad empresarial que pretenda lograr la sostenibilidad tiene que ser consciente que debe tener una actitud preventiva, que le ayude a integrar la variable ambiental en sus mecanismos de decisión empresarial.

Estudio de Mercado

El mercado son todos los consumidores que tienen una necesidad y capacidad de comprar (Casado & Sellers, 2006).

El estudio de mercado, es el conjunto de acciones y actividades que se realiza a fin de encontrar oportunidades en el ambiente externo, en torno a un producto o servicio. En otras palabras, estas acciones se realizan para conocer la respuesta del mercado. Permite tener un criterio sólido, con respecto a la viabilidad comercial de una actividad económica (García , 2012).

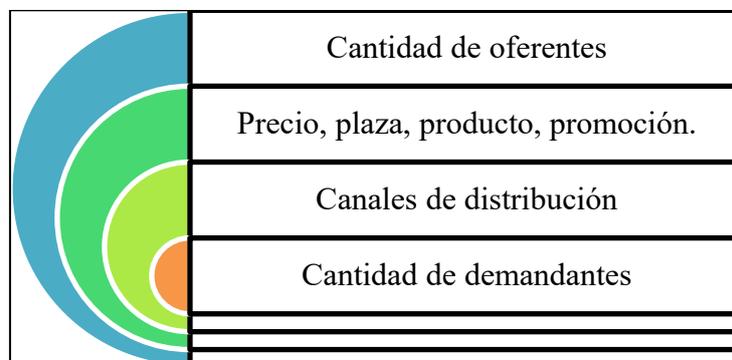


Figura 2. Componentes del estudio de mercado

Nota: Construido a partir de Fernández (2011)

Según Sapag (2016) menciona que “para una correcta preparación de cualquier tipo de proyectos, se debe realizar los componentes del mercado” (págs. 54,55). Estos muestran las opciones más contundentes a la hora de decidir el futuro del proyecto. Estos son:

- La demanda
- La oferta
- Marketing

“La demanda, está compuesta por el consumidor de un producto específico en el que además interviene la capacidad de pago” (Kotler, 2006, pág. 45). Es decir es la cantidad de productos y servicios que están dispuestos a adquirir los consumidores o usuarios. Por el contrario, a decir de Ávila (2014), “la oferta es la cantidad de bienes y servicios que las empresas colocan en el mercado para el cliente o consumidor adquiera los compre a un precio establecido.” (p. 49)

El mix marketing se relaciona con el conjunto de herramientas y variables que son responsabilidad del jefe de marketing de una organización, es decir, maneja las 4Ps (producto, precio, plaza y promoción), ayudando ofrecer un producto o servicio de manera adecuado para el cumplimiento de los objetivos o metas de la organización (Kloter & Armstrong, 2013).

Con respecto al producto, tiene relación a la oferta de bienes y/o servicios que brindan las personas o empresas a un mercado específico, es decir, lo que comercializa una empresa para la obtención de beneficios económicos y la satisfacción de los consumidores. Mientras que el precio es el valor o cantidad económica que los consumidores pagan por un producto o servicio.

Sainz (2013) sostiene que para la determinación del precio se consideran los costos que incurren en el proceso de brindar el servicio, margen de utilidad, tácticas, precios de la competencia, En este sentido, la empresa prepara un análisis del estudio del mercado meta, la competencia, los clientes actuales y potenciales. Establecer la estrategia de precios de la empresa no es fácil, sin embargo parte de la estrategia de

precios es el establecimiento de facilidad en formas de pago sea en efectivo, transferencias bancarias, tarjetas de crédito, y otorgar descuentos. Logrando un mejor posicionamiento en el mercado meta.

La tercera P es la plaza que es el lugar donde se comercializa el servicio, se debe realizar un análisis exhaustivo, determinado la facilidad de acceso al servicio por parte del cliente, considerando las condiciones y la forma cómo va llegar al cliente al cliente meta. Por el contrario, la promoción se basa en la forma de comunicar y persuadir al cliente para ofrecer el servicio y atraer al cliente a adquirirlo, basados en ofertas, el departamento de publicidad y ventas es el encargado de esta gestión mediante la publicidad, promoción de ventas, fuerza de ventas, relaciones públicas y comunicación interactiva (medios como internet, prensa, radio y televisión).

Estudio Técnico

“Dentro del estudio técnico se define y se justifica el proceso de producción y la tecnología a emplear para obtener el producto; así mismo, se define el tamaño del proyecto y los costos relacionados con la producción, la operación y el monto de las inversiones a realizar para que el proyecto inicie su operación.” (Fernández S. , 2007, pág. 42)

Una vez finalizado el estudio de mercado, se puede realizar el estudio técnico, el cual permite determinar la ubicación geográfica más estratégica, el tamaño del proyecto y la ingeniería del proyecto, en el que interviene el proceso del servicio y los demás requerimientos necesarios para satisfacer y cubrir la demanda insatisfecha.

Estudio Financiero

Corresponde a la última etapa de la formulación del proyecto, recoge y cuantifica la información proveniente de los estudios de mercado, técnico y organizacional. Una vez que el evaluador del proyecto se haya dado cuenta que existe mercado para el bien o servicio, que no existen impedimentos de orden técnico y legal para la implementación del proyecto, procede a cuantificar el monto de las inversiones necesarias para que el proyecto entre en operación y a definir los ingresos y costos

durante el período de evaluación del proyecto, así como la evaluación financiera (Meza, 2013).

El estudio financiero se aplica principalmente a proyectos de inversión en donde genera ingresos, ya que el objetivo principal es conocer si existe o no factibilidad en el proyecto, para ello se aplica diferentes herramientas económicas que dan el resultado que se desea conocer.

Dentro del estudio financiero se hacen constar presupuestos. Al respecto Brusola (2000) afirma que un presupuesto consiste en la valoración “a priori” de un producto o servicio. Esta valoración se basa en la previsión del total de los costes involucrados incrementados con el margen de beneficio previsto. El presupuesto del proyecto es el documento que tiene por finalidad dar una idea lo más aproximada posible del importe de su realización. Se constituye una herramienta que detalla toda la distribución de los recursos que se van a generar durante la vida útil de un proyecto, permiten planear y controlar las actividades designadas en el proyecto.

Para conocer si es factible la implementación del plan de negocios se efectúa una evaluación financiera. Según Fernández (2012) la evaluación financiera es un proceso que permite establecer los niveles de rentabilidad y viabilidad del proyecto, con la finalidad de que los resultados que se obtengan permitan tomar una correcta decisión de la conveniencia o no de invertir en la implementación de una empresa. Las herramientas para la evaluación financiera son:

- Valor Actual Neto VAN
- Tasa Interna de Retorno TIR
- Periodo de recuperación de la inversión
- Relación Beneficio - costo

CAPITULO III METODOLOGÍA

Naturaleza de la Investigación

Paradigma

Se trata del positivismo por que se realizó un estudio de las variables mediante técnicas estadísticas que permitió medir y dar valores de los procedimientos ejecutados y la situación actual del entorno.

Enfoque de Investigación

Esta investigación es de carácter cuantitativo, puesto que este tipo de enfoque trata de los aspectos relacionados con la medición de las variables o el objeto de estudio, considerando datos numéricos (Ugalde & Balbastre, 2013).

Por lo tanto, se aplicó para la medición de variables de estudio, en el que se obtuvo información numérica o estadística para identificar la situación del mercado en que se pondrá en marcha el negocio de catering industrial, la información se generó de la técnica aplicada.

Tipo de Investigación

Para el desarrollo del proyecto se utilizó la investigación bibliográfica, de campo y descriptiva, lo cual se detalla a continuación:

- **Investigación Bibliográfica**

Este tipo de investigación se trata de la utilización de diversas fuentes relacionadas con el tema de estudio, entre las cuales están libros, guías, revistas, artículos, entre otros (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

Se utilizó este tipo de investigación para la fundamentación teórica del proyecto, tomando en cuenta el criterio de varios autores, por lo que se consideró información de libros, periódicos, artículos científicos, etc., lo cual se basó en estudio de mercado, análisis del entorno, identidad gastronómica, entre otros; esto ayudó a un acercamiento preliminar al tema de investigación.

- **Investigación de Campo**

La investigación de campo se realiza en el lugar en el que acontece los hechos; esto significa que la información se recaba sin efectuar ningún tipo de manipulación (Sierra, 2012).

En este sentido, se recopiló la información de manera directa de la parroquia Calderón, lo que permitió conocer si el plan de negocios de catering es factible de implementar en este sitio, por lo que se procedió a aplicar el cuestionario de la encuesta a los empleados de las empresas del sector.

- **Investigación Descriptiva**

Según Sierra (2012) la investigación descriptiva permite realizar estudios de las características de las variables o el hecho al que está expuesto.

En este ámbito, con la investigación descriptiva se detalló la situación actual del mercado de catering en la parroquia Calderón, incluyendo las preferencias de los clientes potenciales, quienes opinaron sobre la idea de implementar un negocio de catering.

Diseño de Investigación

En el diseño de la investigación se consideró los siguientes:

- **Documental**

La investigación documental abarca un proceso de carácter científico y sistemático que ayuda a la obtención de información para su respectivo análisis e interpretación sobre un tema en particular, por lo que representa una fuente primaria para la elaboración de documento escrito (Hernández, et al., 2014).

Para el desarrollo de la investigación se fundamentó porque se utilizó documentos que permitió tener la base teórica del proyecto sobre planes de negocios, por lo que a partir de la lectura se analizó y reflexionó para contar con ideas claras, ayudando a continuar con el diseño del resto del proyecto.

- **De campo**

En diseño de campo permite describir el hecho o situación presentada desde un sitio determinado, aplicando método científico, lo que ayuda a identificar la situación particular con la finalidad de obtener nuevas ideas respecto al entorno en el que se desenvuelve el objeto de estudio (Hernández, et al., 2014).

En este ámbito, se acudió a la parroquia Calderón para aplicar el instrumento de investigación con la finalidad de conocer la situación actual del mercado y la aprobación de clientes potencial respecto al servicio de catering en el sitio.

Métodos de Investigación

Los métodos que se utilizaron para el proyecto se enfocan en analítico – sintético e inductivo – deductivo, descritos a continuación:

- **Método analítico – sintético**

El método analítico – sintético permite descomponer un conjunto de elementos con la finalidad de estudiar individualmente; posteriormente se efectúa la indagación de forma integral del hecho o fenómeno de estudio (Ruiz, 2013).

Con el método analítico sintético se identificó la situación del mercado potencial para la creación de un plan de negocios de catering en la parroquia Calderón; es decir, la opinión de clientes potenciales y al final se obtuvo un resultado específico de la aprobación o factibilidad del negocio propuesto.

- **Método inductivo – deductivo**

El método inductivo – deductivo representa la combinación que permite establecer aspectos particulares para obtener conclusiones generales y a partir de esta se llega a conclusiones más específicas con la finalidad de generar conocimiento (Rodríguez & Pérez, 2017).

Por lo tanto, con el método inductivo – deductivo se conoció el mercado actual, considerando la opinión o criterio de clientes potenciales del sector respecto a la propuesta del plan de negocio en el sector, lo que ayudó a saber sobre la posibilidad de implementar el servicio de catering industrial.

Población y Muestra

La población representa el total de personas o individuos que forman parte de la investigación que se pretende desarrollar. La muestra es la parte que se toma o selecciona del total de la población para aplicar el estudio respectivo (Hernández, et al., 2014).

Por lo tanto, la población objeto de estudio de este proyecto se definió cuidadosamente con la finalidad de que la selección sea factible a lo requerido. El grupo poblacional está conformado por 372 empresas localizadas en las zonas urbanas de la Parroquia de Carcelén en la ciudad de Quito (Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2018).

En cuanto a la muestra se aplicó un tipo de muestreo aleatorio, puesto que se escogió una parte la población para conocer la aceptabilidad del negocio. De tal modo se consideró el tamaño de la muestra, por lo que se utilizó la siguiente fórmula para poblaciones finitas < 100.000 (Herrera, 2011):

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

Dónde:

N= universo

Z= nivel de confianza 95% =1,96

p= probabilidad de éxito 0,5

q= probabilidad de fracaso 0,5

e= margen de error 5%

Aplicando la fórmula:

$$n = \frac{3,84 * 0,50 * 0,50 * 372}{0,025(371) * + 3,84 * 0,50 * 0,50}$$

$$n = 189$$

Luego de aplicar la fórmula del tamaño de la muestra se obtuvo 189 encuestas. Con esta información se diseñó el modelo de la encuesta que ayudó a conocer de manera eficaz a los clientes potenciales respecto a sus gustos y preferencias relacionado con el servicio de catering; incluyendo el nivel de aceptación del negocio propuesto.

Técnica e Instrumentos de Recolección de Datos

Para llevar a cabo la presente investigación se utilizó la observación y encuesta, descritos de la siguiente manera:

- **Observación directa**

Esta técnica permite recolectar información a través de observar el hecho u objeto que se pretende estudiar, el cual se encuentra en una situación específica, sin que se requiere intervenir, es decir, se investiga tal y como se presentan los hechos (Hernández, et al., 2014).

De tal modo que con esta técnica se recopiló datos, por lo que se contactó a las personas según el tamaño de la muestra con la finalidad de recabar información de forma profunda y eficaz.

- **Encuesta**

Es una técnica que representa un mecanismo para recabar información a través de un cuestionario de preguntas enfocadas en conocer un tema o situación en particular (Hernández, et al., 2014).

El instrumento aplicado es el cuestionario, este ayuda a establecer un conjunto de ítems de manera estructurada o previamente planificada para aplicar a la muestra seleccionada, facilitando a la contrastación estadísticas de las variables de estudio (Meneses & Rodríguez, 2016).

Por lo tanto, se diseñó un cuestionario de encuesta con 10 preguntas cerradas y de opción múltiple, la cual se aplicó a 368 personas con la finalidad de conocer el criterio y aprobar sobre la creación de un catering industrial en la parroquia de Calderón.

Operacionalización de Variables

A continuación se presenta la operacionalización de las variables que conforman el presente estudio:

Tabla 1. Operacionalización de variables

Variable	Concepto	Dimensión	Indicador	Ítem
Plan de Negocio	Los Planes de negocios es un documento que ayuda a la evaluación del negocio o proyecto empresarial en pro de establecer mejoras mediante alternativas de solución o estrategias que permitan que el proyecto sea rentable.	Aspectos del plan de negocios.	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis del entorno. • Estudio de Mercado. • Estudio Financiero. 	1 - 10

Nota: Desarrollada a partir de la investigación.

Tabla 1. Continuación

Variable	Concepto	Dimensión	Indicador	Ítem
Catering	El catering se conoce como el servicio que se encarga de ofertar o suministrar alimentos preparados a diferentes tipos de eventos El algunos casos este servicio incluye el alquiler de las instalaciones para que se desarrolle los eventos de cualquier índole, mientras que en otros casos se entrega los productos en el lugar solicitado por el cliente.	Generalidades	<ul style="list-style-type: none">• Identidad Gastronómica.• Generalidades del Catering.	1 - 10

Validez y Confiabilidad

La validez de los instrumentos de recolección de datos refiere a la capacidad que estos tienen de medir lo que buscan efectivamente medir (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014). En este trabajo, se utilizó una validación por juicio de expertos, que consideró la opinión de un especialista en Administración y Negocios.

La validación consideró como etapas las siguientes:

- Elaboración del instrumento
- Evaluación de un experto con el instrumento de validación (ver formato en anexo 2).
- Adecuación del instrumento a las observaciones realizadas.

Así, los resultados de esta validación son los siguientes:

Tabla 2. Validación de instrumento mediante juicio de experto

Criterios	Apreciación cualitativa			
	Excelente	Bueno	Regular	Deficiente
Presentación del instrumento	X			
Pertinencia de las variables con los indicadores		X		
Desarrollo de la operacionalización		X		
Relevancia del contenido	X			
Factibilidad de aplicación	X			

Nota: resultados obtenidos en la valoración de experto

Respecto de la apreciación cualitativa, se indicó que el instrumento cumplía cabalmente con tres de los cinco ámbitos valorados, como se observa en la tabla. Los aspectos “Pertinencia de las variables con los indicadores” y “Desarrollo de la operacionalización” fueron considerados como buenos, a lo que se añadió una observación en torno a la variable “catering”. Estas observaciones fueron añadidas para la mejora del instrumento.

La confiabilidad, por otra parte, refiere a la capacidad de los instrumentos de recolección de datos de constatar adecuadamente la realidad que buscan evaluar (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014). Para ello, se utilizó en este trabajo el coeficiente alfa de Cronbach, el que constituye un cálculo para la estimación de la confiabilidad de cuestionarios, de modo que permite estimar la consistencia de este. Su fórmula es la siguiente (Rodríguez & Reguant, 2020).

$$\alpha = \frac{k(1 - \sum \frac{S_i^2}{S_t^2})}{k - 1}$$

Donde:

k = cantidad de ítems del instrumento

s_i^2 = varianza de puntuaciones en ítem i

s_t^2 = varianza del total de las puntuaciones del instrumento

Como resultados de este cálculo, se obtiene un número positivo que va del 0,00 (menos confiable) a 1,00 (total confiabilidad). Existen distintos criterios para valorar los resultados obtenidos; no obstante, se suele considerar que un puntaje por sobre 0,70 son confiables, aunque se espera que sean por sobre 0,80 (Rodríguez & Reguant, 2020). Por otra parte, valores demasiado cercanos a 1 pueden indicar redundancia. Así, se propone a siguiente clasificación.

- Muy alta confiabilidad: 0,81 - 1
- Confiabilidad alta: 0,61 - 0,80
- Confiabilidad media: 0,41 - 0,60
- Confiabilidad baja: 0,21 - 0,40
- Confiabilidad muy reducida: 0,01 - 0,20

Este índice fue calculado en el paquete estadístico SPSS®, y se obtuvo el siguiente resultado.

Tabla 3. Alfa de Cronbach

Estadísticas de fiabilidad		
Alfa de Cronbach basada en elementos		
Alfa de Cronbach	estandarizados	N de elementos
,412	,563	10

Nota: Resultados obtenido de la encuesta procesada en SPSS.

Según la tabla anterior se observa que el alfa de Cronbach es de 0,412, representan un nivel de confiabilidad moderada, esto indica que muestra una consistencia interna del 41,2%, incluso en los en los elementos estandarizados es del 56,3%.

Técnicas de Análisis de Datos

Para analizar los datos obtenidos a partir de la aplicación de los instrumentos, se utilizó el análisis estadístico descriptivo a partir de la tabulación de cada una de las encuestas. Así, se consideraron las frecuencias y los porcentajes obtenidos para cada ítem, las cuales fueron calculadas mediante el programa estadístico SPSS ®.

De igual manera, se utilizó el programa mencionado para calcular el coeficiente alfa de Cronbach, para con ello constatar el grado de confiabilidad de la encuesta. El procedimiento realizado es el siguiente.

- Una vez aplicada las encuestas se revisó que sean la misma cantidad del tamaño de la muestra.
- Se seleccionó el programa estadístico SPSS para el procesamiento de la información, así como para calcular el alfa de Cronbach para medir la confiabilidad.
- Se tabuló los datos en el programa estadístico Excel.
- Se procesó la información pregunta por pregunta en Excel.
- Se presentó los resultados de manera gráfica para las 10 preguntas, en el que consta los porcentajes obtenidos.
- Se realizó análisis de los resultados de manera estadística e interpretativa.

Para interpretar estos datos, se realizó un proceso de triangulación con los datos obtenidos a partir del análisis documental realizado. En virtud de esto se desarrolló la propuesta.

CAPÍTULO IV RESULTADOS E INTERPRETACIÓN

Resultados de Encuestas

Los resultados de la encuesta aplicada a una muestra de empresas localizadas en las zonas urbanas de la parroquia Carcelén de la ciudad de Quito se muestran a continuación.

Años de actividad económica de la empresa

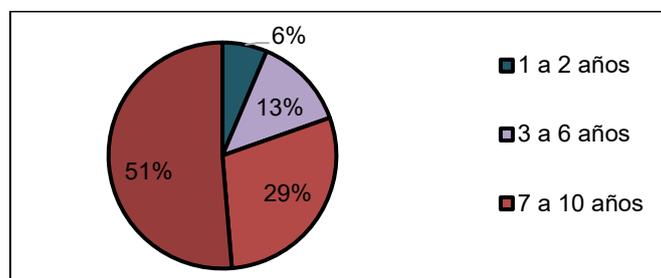


Figura 3. Años de actividad económica

El 51% de los encuestados manifiesta que la empresa para la cual representa tiene más de 10 años en el mercado, mientras que el 29% menciona que tiene entre 7 a 10 años, en cambio, el 12% afirma que se sitúa entre 3 a 6 años, y el 6% entre 1 a dos años. Estos resultados demuestran que gran parte de las empresas del sector de Carcelén son establecidas en el mercado, lo cual significa que mantienen ingresos equilibrados y cuentan con una cartera de clientes.

Número de empleados

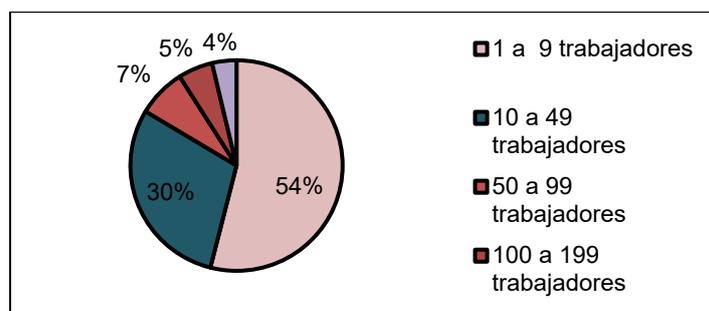


Figura 4. Número de empleados

El 54% de encuestados responde que tiene entre 1 a 9 trabajadores, lo cual indica que la mayoría de establecimientos del sector son microempresas, seguido de pequeñas empresas que poseen hasta 49 trabajadores. Resultados que concuerdan con las estadísticas provinciales y nacionales que mencionan una mayoría de microempresas.

Preguntas

1. ¿La empresa cuenta con el servicio de alimentación?

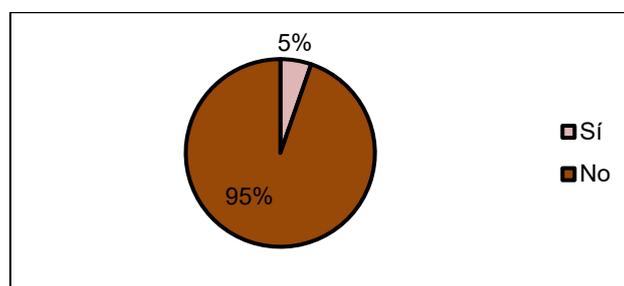


Figura 5. *Dispone de servicio de alimentación*

Casi la totalidad de encuestados que representan el 95% no cuentan con servicio de alimentación, lo cual significa que las empresas no cubren gastos alimenticios de sus trabajadores. Situación que puede estar relacionado a la implementación de políticas por parte de los propietarios y por el tamaño de la empresa, que no le permite cubrir estos gastos.

2. Si su respuesta a la pregunta 1, fue positiva conteste: ¿Está satisfecho con el servicio de alimentación que se brinda en la empresa?

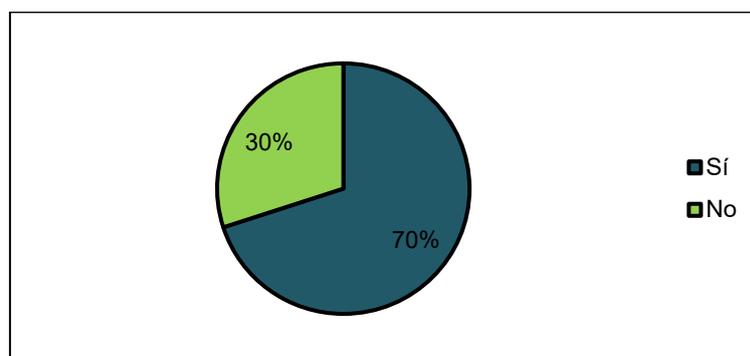


Figura 6. *Satisfacción del servicio*

El 70% de quienes si tienen el servicio de alimentación mencionan que si están satisfechos con el servicio de alimentación, puesto que han realizado alianzas estratégicas que les permita recibir el servicio a un costo accesible para la empresa.

3. Si su respuesta fue negativa en la pregunta 1, responda: ¿le gustaría contar con un servicio de catering industrial que ofrezca menús variados, nutritivos y de calidad?

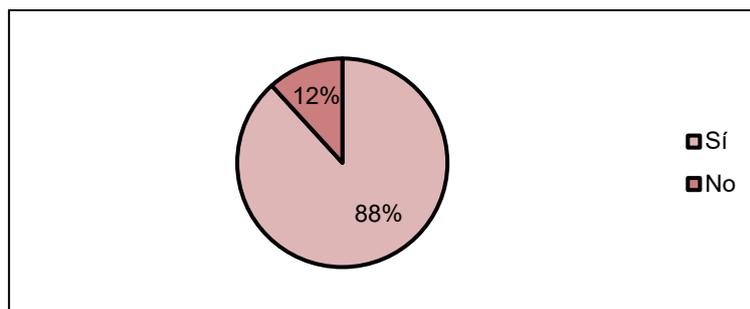


Figura 7. Aceptación del servicio

El 88% de quienes aún no tienen el servicio de catering aseguran que si les gustaría contratar un servicio de catering industrial que ofrezca menús variados, nutritivos y de calidad. Estos resultados son favorables ya que se tiene una alta aceptación del servicio.

4. ¿Alguna vez la empresa ha contratado los servicios de catering?

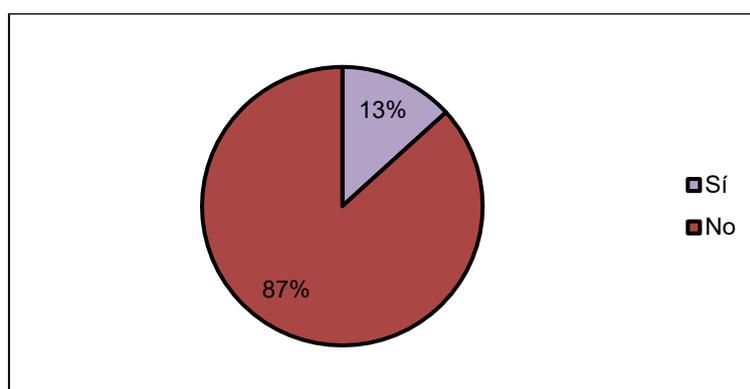


Figura 8. Contratación del servicio

El 87% de encuestados afirma que anteriormente no ha contratado los servicios de catering, sea por falta de presupuesto, de empresas cercanas que ofrezcan el servicio, así como desconocimiento.

5. ¿Conoce usted de alguna empresa que preste servicios de catering industrial en este sector?

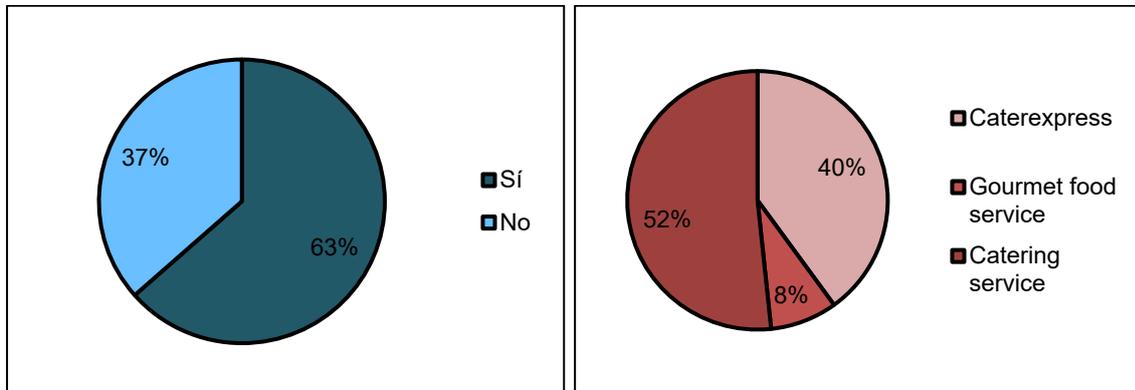


Figura 9. Conocimiento de empresas de catering

El 63% asegura que si conoce empresas que presten servicios de catering industrial en el sector, de los cuales el 52% manifiesta que conoce a la empresa catering service y el 40% a caterexpress. Sin embargo, únicamente esta última está ubicada en el sector de Carcelén y las dos restantes se sitúan por el norte y centro de la ciudad de Quito.

6. ¿Cuál es la razón por la que como empresa contrataría el servicio de catering industrial?

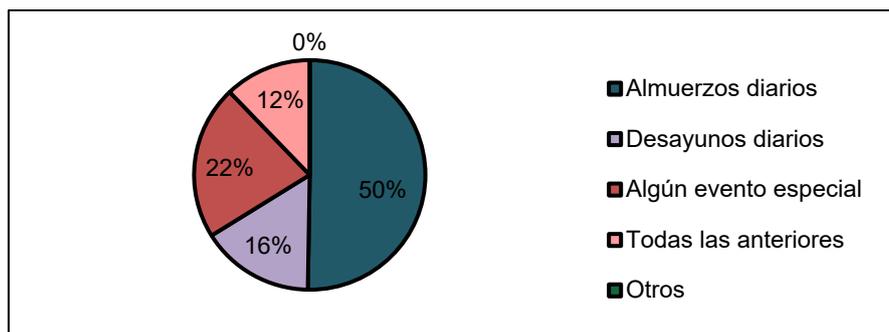


Figura 10. Razones para contratar catering

La mitad de los encuestados (50%) coincide que contrataría los servicios de catering industrial para almuerzos diarios, lo cual representaría un beneficio dirigido a los empleados que mayormente trabajan en horario matutino, como una forma de mantenerlos satisfechos y estables dentro de la empresa.

7. ¿Porque medios le gustaría a usted conocer sobre los servicios de catering industrial?

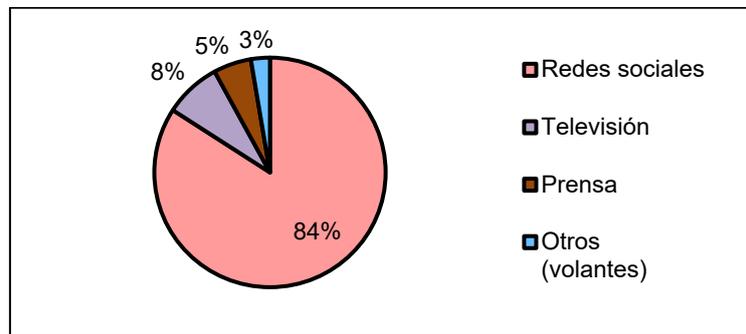


Figura 11. Medios para conocer la empresa

EL 84% de las empresas encuestadas aseguran que el medio para conocer a la nueva empresa de catering industrial es a través de las redes sociales, ya que en la actualidad casi toda la población usa este tipo de plataformas para interactuar con las personas y al mismo tiempo para buscar un producto o servicio.

8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por contratar los servicios de alimentación por menú diario?

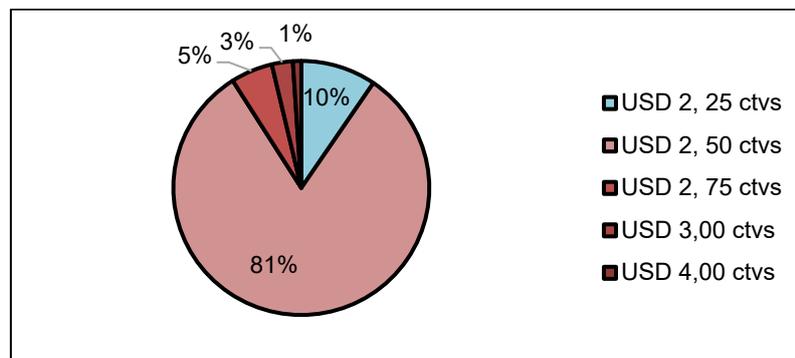


Figura 12. Valor posible a pagar

El 81% de las empresas encuestadas revelan que estarían dispuestos a pagar USD 2,50 por la contratación de los servicios de alimentación por menú diario. Este precio guarda relación con el que se mantiene actualmente el mercado, considerando un descuento por la contratación diaria del servicio.

9. ¿Qué tipos de servicio le gustaría que se ofrezca dentro de los servicios de catering industrial?

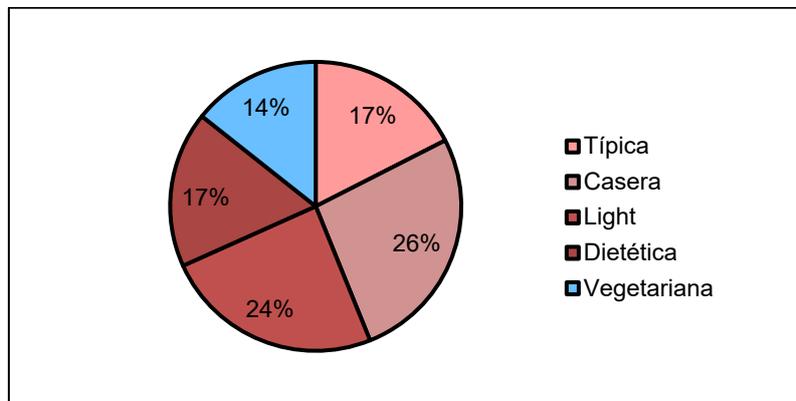


Figura 13. Tipos de servicios

En los tipos de servicios que les gustaría que se ofrezca a las empresas, se tiene criterios divididos puesto que 26% opta por comida casera que se elabora con ingredientes naturales y frescos, el 24% prefiere comida light que es baja en calorías. En una similar proporción prefiere comida típica, dietética y vegetariana.

10. ¿Cuáles son los criterios más relevantes que usted consideraría necesarios en caso de contratar el servicio de catering industrial?

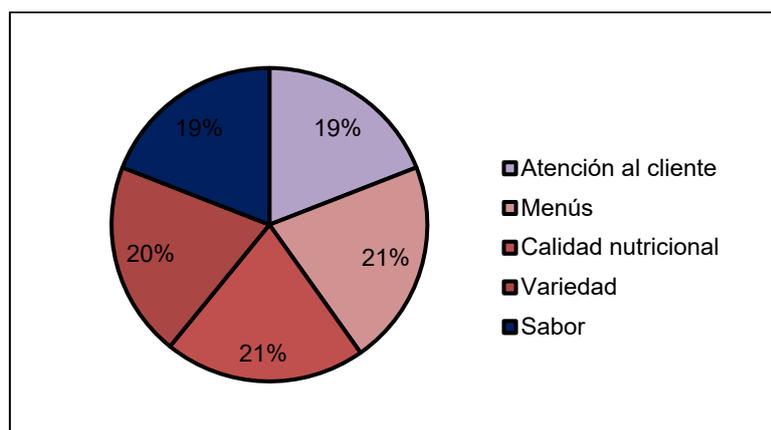


Figura 14. Criterios para contratar el servicio

Los criterios más relevantes que consideran necesarios para contratar el servicio de catering industrial son los menús y la calidad nutricional. La variedad de igual forma es un aspecto tomado en cuenta por los empresarios, así como también la atención al cliente y el sabor de los alimentos.

Determinación Oferta y Demanda

Con los resultados de la encuesta se determina la oferta y la demanda del proyecto, que son importantes para conocer si las condiciones que existen actualmente en el mercado permiten el ingreso de un nuevo establecimiento.

Demanda

Para obtener la demanda se utilizó la información proveniente de la encuesta aplicada a las empresas de la parroquia de Carcelén. En este sentido, se inició con la pregunta 1 que menciona que el 95% de las empresas no cuentan con el servicio de alimentación, de los cuales en la pregunta 3, el 88% si le gustaría contratar el servicio de catering industrial.

Tabla 4. Demanda en número de empresas

Detalle		Valor
Número de empresas		372
Empresas que no tienen el servicio	95%	352
Empresas contratarían el servicio	88%	311
Demanda en empresas		311

Nota: Elaboración propia a partir de resultados de encuesta

La demanda de acuerdo al número de empresas es de 311 establecimientos. Sin embargo, cada una es de diferente tamaño, así en los datos generales se indagó el número de trabajadores y se tabuló de acuerdo a rangos establecidos. Con los porcentajes obtenidos se calcula la demanda en función del número de trabajadores.

Tabla 5. Demanda en número de trabajadores

Alternativa	Porcentaje	Mercado objetivo	Promedio trabajadores	Demanda en número de trabajadores
1 a 9 trabajadores	54%	168	5	839
10 a 49 trabajadores	30%	92	30	2.718
50 a 99 trabajadores	7%	23	75	1.716
100 a 199 trabaj.	5%	16	150	2.460
Más de 200 trabaj.	4%	12	200	2.304
Total	100%	311	459	10.037

Nota: Elaboración propia a partir de resultados de encuesta

La demanda de acuerdo al número de trabajadores que poseen las empresas es de 10.031 personas. Con esto se considera la pregunta 6 sobre las razones para contratar el servicio, para obtener la demanda en cantidad de menús anuales.

Tabla 6. *Demanda anual en cantidad de menús*

Alternativa	Porcentaje	Demanda en número de trabajadores	No. Veces	Demanda en cantidad de menús
Almuerzos diarios	50%	5.045	240	1.210.819
Desayunos diarios	16%	1.593	240	382.364
Algún evento especial	22%	2.177	2	4.355
Todas las anteriores	12%	1.221	480	586.291
Total	100%	10.037		2.183.829

Nota: Elaboración propia a partir de resultados de encuesta

Para la proyección de la demanda se toma en cuenta la tasa de crecimiento promedio del sector empresarial de la provincia de Pichincha, de los años 2013 al 2018 que es del 3,4% (INEC, 2018).

Tabla 7. *Proyección de la demanda*

Años	Demanda en cantidad
2021	2.258.079
2022	2.258.079
2023	2.334.854
2024	2.414.239
2025	2.496.323

Nota: Elaboración propia.

Oferta

De acuerdo al clasificador CIU el servicio de catering industrial se encuentra dentro del grupo I sobre actividades de alojamiento y servicios de comidas, con el código I5629.01: Actividades de contratistas de servicio de comidas (por ejemplo, para compañías de transporte catering) (INEC, 2012). A partir de esta clasificación se procedió a buscar empresas que presten dicha actividad económica y se encuentren domicilias en la parroquia Carcelén. Por tanto, según la Superintendencia de

Compañías (2018) se encontró una empresa llamada “SERVICIOS DE ALIMENTACION INDUSTRIAL CATEREXPRESS CIA. LTDA”, quien sería la única competencia directa del sector. Para obtener la oferta en cantidad de menús se utiliza la misma información de la encuesta.

En la pregunta 1 el 5% de empresas si tienen el servicio de alimentación, mientras que en la pregunta 5 se investigó si conocen algún negocio que preste este tipo de servicios, de los cuales el 40% mencionaron a Caterexpress.

Tabla 8. Oferta en función del número de empresas (cobertura)

Detalle		Valor
Número de empresas		372
Empresas que tienen el servicio	5%	20
Caterexpress	40%	8

Nota: Elaboración propia.

Con el mismo procedimiento de la demanda se calcula la oferta por trabajadores y por la frecuencia.

Tabla 9. Oferta en número de trabajadores

Alternativa	Porcentaje	Número de empresas	Promedio trabajadores	Oferta en número de trabajadores
1 a 9 trabajadores	54%	4	5	20
10 a 49 trabajadores	30%	2	30	59
50 a 99 trabajadores	7%	1	75	75
100 a 199 trabajadores	5%	1	150	150
Más de 200 trabajadores	4%	0	200	0
Total	100%	8		303

Nota: Elaboración propia

Tabla 10. Oferta anual en cantidad de menús

Alternativa	Porcentaje	Demanda en número de trabajadores	No. Veces	Oferta en cantidad de menús
Almuerzos diarios	50%	152	240	36.552
Desayunos diarios	16%	48	240	11.543
Algún evento especial	22%	66	2	131
Todas las anteriores	12%	37	480	17.699
Total	100%	303		65.926

Nota: Elaboración propia

Para la proyección de la oferta se toma en cuenta la tasa de crecimiento económico del sector de servicios de comida del año 2019, que según el Banco Central (2019) es de 2,1%.

Tabla 11. Proyección de la oferta

Años	Oferta en cantidad
2021	67.310
2022	68.724
2023	70.167
2024	71.640
2025	73.145

Nota: Elaboración propia

Demanda Insatisfecha

La demanda insatisfecha es la cantidad de menús que el mercado actual no ha logrado cubrir. Se obtiene de la diferencia entre la demanda y la oferta.

Tabla 12. Demanda insatisfecha

Años	Demanda en cantidad	Oferta en cantidad	Demanda insatisfecha
2020	2.183.829	65.926	2.117.904
2021	2.258.079	67.310	2.190.769
2022	2.258.079	68.724	2.189.356
2023	2.334.854	70.167	2.264.687
2024	2.414.239	71.640	2.342.599
2025	2.496.323	73.145	2.423.178

Nota: Elaboración propia a partir de oferta y demanda

Aspectos Técnicos

En el aspecto técnico se mide si técnicamente será factible y en qué forma se pondrá en marcha el funcionamiento y operatividad de la empresa, prácticamente se trata de diseñar la función de producción óptima, que utilice los recursos disponibles de manera eficiente para la comercialización o productos de determinado producto o servicio (Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social, 2001).

En este apartado se define acciones netamente enfocadas para la producción y comercialización de productos de catering industrial, para lo cual se describe el tamaño y localización del establecimiento. De la misma manera se establece la distribución de la planta y los procesos productivos, así como también los requerimientos de equipos, transporte y logística.

Tamaño del Proyecto

El tamaño del proyecto según Prieto (2015) se conoce como la capacidad de funcionamiento que tendrá una empresa. Definir el tamaño del proyecto es importante, debido a que a partir de allí se procede a realizar el cálculo de las inversiones y gastos que se pueden desembolsar durante la vida útil del proyecto. El tamaño del proyecto depende de varios factores, que son:

- **Demanda:** corresponde a la cantidad de empresas que están dispuestas a adquirir los diferentes menús que ofertará la empresa de catering industrial.
- **Disponibilidad de talento humano:** para el funcionamiento de la empresa se requiere contar con personal idóneo, que tenga conocimientos actualizados en ramas de catering y comercialización. En este sentido, se realizará una convocatoria en el Distrito Metropolitano de Quito para seleccionar y contratar al personal necesario que cumpla con el perfil de cada uno de los puestos de trabajo.
- **Disponibilidad de recursos financieros:** para cubrir el valor de la inversión es necesario contar con recursos propios y al mismo tiempo tener la posibilidad de recurrir a instituciones financieras para solicitar un crédito, de tal manera

que se pueda adquirir todos los activos fijos requeridos y al mismo tiempo cubrir el monto del capital de trabajo.

- **Disponibilidad de tecnología:** para cumplir con el propósito de la empresa que es la prestación de servicios de catering industrial es fundamental disponer con recursos y equipos tecnológicos. Razón por la cual se partirá de la identificación de los requerimientos para buscar los mejores proveedores, cotizar y realizar la compra de los equipos; que servirán para el área operativa y administrativa.
- **Proveedores:** para prestar el servicio de catering industrial primeramente es necesario disponer de materia prima e insumos. Por tanto, se ha identificado la existencia de importantes empresas o pequeños establecimientos que se dedican a la venta de productos saludables en la ciudad de Quito. Tan es así que se ha seleccionado a la Avícola Fernández y Pronaca para adquirir carnes, mariscos y pescados en Supermaxi; lácteos, enlatados en la Corporación el Rosado.
- **Distribución:** se realizará vía directa y a través de una página web para que los clientes puedan identificar la ubicación de la empresa y tiempo posible para la entrega del producto. De igual manera los clientes pueden efectuar un tracking para rastrear el producto. De acuerdo a las exigencias de los clientes, se prestará el servicio en base a contratos.

Tabla 13. *Capacidad instalada de la empresa*

Numero horas de trabajo diario	Número de trabajadores	de Platos hora/trabajador	por CAPACIDAD INSTALADA
9	3	8	216 pax diarios

Nota: Investigación propia.

Considerando estos aspectos se ha determinado que la empresa tendrá una capacidad máxima de elaboración de 216 platos diarios. Esto considerando que inicialmente se empezara con 3 personas encargadas de la producción, mismas que trabajarán 9 horas diarias, cada trabajador se estima que realice 8 platos por hora. Esto quiere decir que, de la demanda insatisfecha de 2.117.904, el porcentaje a cubrir de esta cantidad es el 3,67% es decir 77.760 pax.

Localización

Las instalaciones de la empresa de Catering Industrial se localizarán en el sector de Carcelén Industrial, al norte de la ciudad de Quito, lugar que se eligió por las características geográficas, pues es un lugar estratégico muy comercial y de gran actividad empresarial, que favorece para que los clientes puedan acudir con facilidad hasta este punto.

Tabla 14. Localización de las instalaciones de la empresa

Provincia	Pichincha
Ciudad	Quito
Zona Administrativa	La Delicia
Sector	Carcelén

Nota: Investigación propia.

Visualización geográfica

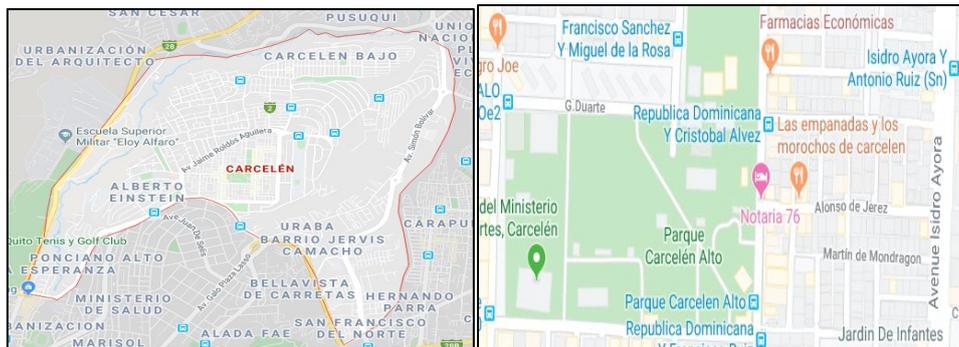


Figura 15. Ubicación en el mapa geográfico

Nota: Tomado de Google Map (2019)

Ingeniería del Proyecto

Distribución de Planta

Las instalaciones de la empresa, será de 54m², misma que estará distribuida en la oficina administrativa, atención al cliente, un espacio zona de cocina y otra actividad relacionada con las actividades de la empresa. De igual forma contará con todas las instalaciones básica como baño, muebles de oficina y otros.



Figura 16. Distribución oficina

- 4m² para la oficina de Servicio al cliente
- 4m² para la oficina Administrativa
- 46m² para la sección de cocina y almacenamiento.

Proceso del Servicio

La prestación del servicio de la empresa de Catering Industrial inicia con la solicitud del cliente, en este caso de un representante de las empresas del sector de Carcelén. La persona encargada de atención al cliente informará la disponibilidad del menú, precios, términos condiciones y si acepta el cliente se procederá a firmar el contrato, caso contrario se revisará si es posible realizar algún cambio de acuerdo a las necesidades del cliente. Se deberá cancelar el 50% que será registrado en la factura. Los detalles se envían al área operativa para que revise disponibilidad de materia prima e insumos. Se coordina la preparación de alimentos, se hace la entrega el día y fecha acordada. Se cobra el saldo pendiente de cobro y se registra. (Diagrama de flujo Anexo 2)

Necesidades de Equipos y Muebles

Para el funcionamiento de la empresa de catering industrial es importante adquirir maquinas, equipos, muebles e insumos. Razón por la cual a continuación se realiza un listado de todos los activos e insumos que se requieren:

Tabla 15. Muebles y equipos

Detalle	Cantidad
Cocina industrial	2
Horno	1
Refrigerador	2
Licuada	3
Batidora	2
Microondas	1
Plancha y parrilla	1
Gas	1
Campana de vapor	1

Nota: Investigación propia

Tabla 16. Menaje

Detalle	Cantidad
Set de ollas	6
Set de sartenes	2
Utensilios de cocina	5
Dispensador de bebidas	1
Set de recipientes plásticos	2
Envases térmicos	4
Juego de vajilla (12 piezas)	10
Cubiertos	10
Gavetas	40
Vasos (100 u)	1
Copas (100 u)	1

Nota: Investigación propia

Tabla 17. Muebles, enseres e insumos de oficina

Detalle	Cantidad
Computadores	3
Sillas giratoria	3
Estantería	3
Mesa redonda	1
Proyector	1
Escritorio	3
Impresora multifunción	1
Teléfono	3
Archivadores	2
Silla para reuniones	4
Kit de materiales de papelería	1
Kit de suministros de limpieza	1
Kit de insumos de aseo	1

Nota: Investigación propia

Transporte y Logística

La empresa llevara a cabo el proceso de logística y transporte del producto hacia el punto de entrega, para ello se requiere de un transporte tipo mini furgón, para que el producto llegue al consumidor en condiciones óptimas y conforme las especificaciones y características solicitadas.

Esto es para el caso de productos que se entregarán en las empresas, dentro de la zona de cobertura del DM de Quito. Para ello, se contará con toda la información de contacto, ubicación exacta y coordenadas para que el transportista llegue al punto de encuentro para la entrega acordada.

Tabla 18. *Equipo de transporte y logística*

Descripción	Cantidad
Mini furgón	1
Total	1

Nota: Investigación propia

Aspectos Administrativos

Es importante definir los aspectos administrativos para asegurar el buen funcionamiento de la empresa, mantener controladas las actividades y asegurar el cumplimiento de la visión a futuro.

Constitución de la Empresa

La empresa de catering industrial se constituirá legalmente como sociedad anónima, en la cual los socios tendrán voz y voto de acuerdo al número de acciones. Para identificar que la empresa es anónima se utilizará la abreviatura "S.A." (Ley de Compañías, 2018). De acuerdo a esto el nombre de la empresa queda de la siguiente forma: Catering y eventos Moritas Pasión S.A.

La constitución de la empresa se realizará en línea, en la página web de la Superintendencia de Compañías. Para esto se creará un usuario y contraseña, que

permita reservar el nombre de la empresa, completar todos los datos solicitados y posteriormente realizar el pago respectivo. Cumplido los trámites de escritura se deberán obtener el RUC, permiso de bomberos y el pago de la patente municipal.

Direccionamiento Estratégico

Misión: Catering y eventos Moritas Pasión S.A., es una empresa dedicada a ofrecer servicios de catering industrial a las empresas del sector de Carcelén de la ciudad de Quito, cumpliendo con estándares de calidad e higiene y un menú variado para la satisfacción de los clientes.

Visión: Se espera que en 5 años la empresa Catering y eventos Moritas Pasión S.A., sea líder en la distribución de alimentos a domicilio, que se ajuste a los gustos y expectativas de los clientes.

Principios y valores: La empresa se caracterizará por ser puntual en la entrega de los pedidos, responsable y se trabajará en equipo.

Objetivo: Lograr fidelizar a las empresas del sector de Carcelén para que adquieran de forma permanente los servicios de catering industrial.

Estructura Organizacional

La empresa se organiza por áreas o departamentos, encabezados por la administración general, tal como se muestra en la siguiente figura:



Figura 17. Organigrama estructural

Estudio Económico

El estudio económico se efectúa con la finalidad de conocer la viabilidad y rentabilidad de la creación de la empresa de catering industrial, ubicada en el sector de Carcelén.

Presupuesto de Inversión

Para la ejecución del proyecto es necesario identificar el monto de la inversión, que está conformado por activos fijos, diferidos y capital de trabajo, que suman un valor total de USD 120.771,45. Los activos fijos son aquellos que se necesitan para adecuar las instalaciones tanto operativas como administrativas.

Tabla 19. Activos fijos

Detalle	Valor total
Maquinaria y equipos	3.935,00
Vehículos	25.000,00
Equipo y muebles de oficina	1475,00
Equipo de computación	1.970,00
Menaje y accesorios	4.129,00
Total	36.509,00

Nota: Elaboración propia

Los activos diferidos corresponden al software para el registro contable de las transacciones y la adecuación de las instalaciones de la infraestructura.

Tabla 20. Activos diferidos

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Software de contabilidad	1	400,00	400,00
Adecuación de instalaciones	1	5.000,00	5000,00
Total			5.400,00

Nota: Elaboración propia

El capital de trabajo se refiere al monto necesario que debe tener la empresa antes de generar sus primeros ingresos. La fórmula de cálculo es la siguiente:

$$\text{Capital de trabajo} = \frac{Ca}{365} * n_d$$

Ca = Costo total

n_d = número de días

Tabla 21. Costo total

Detalle	Valor total
Costo de producción	
Materia Prima	162.143,16
Mano de obra directa	19.265,88
Costos indirectos de Fabricación	8.864,22
Gastos	
Gastos administrativos	32.548,72
Gastos de ventas	13.264,11
Gastos financieros	3.787,20
Total costos y gastos	239.873,29

Nota: Elaboración propia.

$$\text{Capital de trabajo} = \frac{239.873,29}{365} * 120$$

$$\text{Capital de trabajo} = 78.862,45$$

El capital de trabajo para el proyecto es de USD 78.862,45. Cabe señalar que se toma un periodo de 120 días, que es el lapso de tiempo para que la empresa pueda recibir sus primeros ingresos. Puesto que, es necesario para poder cubrir los gastos operativos de los 3 primeros meses.

Tabla 22. Costo total

Detalle	Mes 1	Me 2	Mes 3
Costo de producción			
Materia Prima	13511,9	13511,9	13511,9
Mano de obra directa	1605,5	1605,5	1605,5
Costos indirectos de Fabricación	738,7	738,7	738,7
Gastos			
Gastos administrativos	2712,4	2712,4	2712,4
Gastos de ventas	1105,3	1105,3	1105,3
Gastos financieros	315,6	315,6	315,6
Total, costos y gastos	19.989,44	19.989,44	19.989,44

Nota: Elaboración propia

El capital de trabajo, contiene los costos de producción y gastos, en el que se contempla pago en materia prima, mano de obra, CIF, gastos administrativos, ventas

y financieros; por concepto de los cuales se requiera un monto de \$ 19.989,44 para el primer mes, mismo monto para los 2 meses siguientes, en total para cubrir los costos de operación para los 3 primeros meses se necesita un total de \$ 59.968,32.

Financiamiento

La inversión asciende a USD 120.771,45, de los cuales el 67% serán cubiertos con capital propio y el 33% a través de un préstamo bancario.

Tabla 23. Forma de financiamiento

Detalle	Valor	Porcentaje
Capital propio	80.771,45	67%
Préstamo bancario	40.000,00	33%
Total	120.771,45	100%

Nota: Elaboración propia

El valor del préstamo (USD 40.000) será financiado a través del Banecuador, a una tasa de interés anual del 10,21% a 5 años plazo. (Tabla de Amortización Anexo 3)

Costos y Gastos

La actividad económica de la empresa de catering industrial requiere el desembolso de recursos económicos, que son considerados costos cuando se relacionan directamente con el área de producción, y gastos cuando se generan en el área de administración y ventas.

Costo de Producción

El costo de producción está conformado por tres elementos: materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación. Para el caso del primer elemento se elaboraron tarjetas de costos (Anexo 4) para el menú del desayuno, almuerzo y un menú especial.

Tabla 24. Materia Prima Directa

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Desayunos			
Continental	2.454	1,02	2.506,82
Americano	3.718	1,48	5.500,19
Dietético	7.882	0,83	6.521,22
Almuerzos			
Ejecutivo	7.770	1,85	14.368,03
Casero	11.773	1,90	22.328,48
Dieta	18.601	1,83	34.044,63
Vegetariano	6.357	1,76	11.200,95
Eventos especiales			
Menú especial	19.206	3,42	65.672,83
Total			162.143,16

Nota: Elaboración propia

Para la elaboración de los menús será necesario la contratación de un jefe de cocina, un ayudante y pocillero, quienes recibirán un sueldo fijo, considerando todos los beneficios de ley.

Tabla 25. Mano de obra

Cargo	Cantidad	Sueldo Mensual	Sueldo Total	IESS Patronal 11,15%	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Valor mensual total	Valor Anual Total
Jefe de cocina	1	550,00	550,00	61,33	45,83	33,33	690,49	8.285,90
Ayudante de cocina	1	450,00	450,00	50,18	37,50	33,33	571,01	6.852,10
Pocillero	1	450,00	450,00	50,18	37,50	33,33	571,01	6.852,10
Total	3	1.450,00	1.450,00	161,68	120,83	100,00	1.832,51	21.990,10

Nota: Elaboración propia

Los costos indirectos son aquellos rubros que permiten complementar los procesos operativos, como es el caso de los uniformes, servicios básicos, otros materiales, las depreciaciones, seguros y mantenimientos.

Tabla 26. Costos indirectos de fabricación

Detalle	Valor total
Uniformes	690,00
Servicios básicos	751,00
Otros materiales	5.962,00
Depreciación	1.219,30
Seguro y mantenimiento	241,92
Total costos indirectos de fabricación	8.864,22

Nota: Elaboración propia

Gastos Administrativos

Los gastos administrativos son fundamentales para llevar a cabo el control de la empresa y seguimiento al cumplimiento de propósitos planificados. En este caso se incluye el sueldo del administrador y contado, el pago del arrendamiento, el pago de servicios básicos de esta área, la compra de suministros, el pago de la constitución, seguros, depreciaciones y amortizaciones.

Tabla 27. Gastos administrativos

Detalle	Valor total
Sueldos administrativos	16.571,80
Gasto arriendo	6.000,00
Servicios básicos	1.133,40
Suministros de papelería, aseo y limpieza	216,00
Gastos de constitución	890,00
Depreciación	5.804,17
Seguro y mantenimiento	853,35
Amortización de activos diferidos	1.080,00
Total	32.548,72

Nota: Elaboración propia

Gastos de Ventas

Los gastos de ventas son necesarios para influir en el comportamiento del consumidor. Consta del pago de las remuneraciones al vendedor y al chofer incluido beneficios sociales, el gasto del combustible y la publicidad.

Tabla 28. Gastos de ventas

Detalle	Valor total
Sueldos personal ventas	12.987,30
Combustible y lubricantes	226,81
Publicidad	50,00
Total	13.264,11

Nota: Elaboración propia

Gastos Financieros

El gasto financiero es el valor del interés que se cancela por el préstamo solicitado a BanEcuador. La fórmula de cálculo es la siguiente:

$$\text{Interés} = \text{Capital} * \text{interés} * \text{tiempo}$$

$$\text{Interés primer mes} = 40.000.00 * (10,21\%/12) * 1$$

$$\text{Interés} = 340,33$$

Para el caso de la cuota la fórmula es:

$$\text{Cuota anual} = \frac{A * i}{1 - (1 + i)^{-n}}$$

A = Monto del crédito

i = tasa de interés

n = número de periodos

$$\text{Cuota primer mes} = \frac{40.000 * \left(\frac{0,1021}{12}\right)}{1 - \left(1 + \left(\frac{0,1021}{12}\right)\right)^{-60}}$$

$$\text{Cuota mensual} = 513,69$$

Presupuesto de Ingresos

El presupuesto de ingresos se compone de las ventas estimadas durante la vida útil del proyecto. Para elaborar dicho presupuesto se toma en cuenta la capacidad instalada del 3,67% que es 77.760 pax anuales. Asimismo, en base a la pregunta 6 y 9 se distribuye el número de pax para cada uno de los menús, con esto se calcula el costo y el precio de venta, asumiendo un margen de utilidad.

Tabla 29. Cálculo del precio

Detalle	Costo total	Pax	Costo individual	Márgen de utilidad	Precio de venta
Desayunos					
Continental	3.750,69	2.454	1,53	10% 0,15	1,68
Americano	8.229,35	3.718	2,21	10% 0,22	2,43
Dietético	9.757,01	7.882	1,24	10% 0,12	1,36
Almuerzos					
Ejecutivo	21.497,35	7.770	2,77	10% 0,28	3,04
Casero	33.407,72	11.773	2,84	10% 0,28	3,12
Dieta	50.937,35	18.601	2,74	10% 0,27	3,01
Vegetariano	16.758,79	6.357	2,64	10% 0,26	2,90
Eventos especiales					
Menú especial	98.259,25	19.206	5,12	10% 0,51	5,63
Total	242.597,51	77.760	21,08	1,60	23,18

Nota: Elaboración propia

Con el precio de venta de cada menú se calcula el presupuesto de ingresos. Para las proyecciones de los pax se toma en cuenta la tasa de crecimiento del sector de servicios de comida del año 2019, que es de 2,1%. Mientras que para el precio se proyectó con la tasa de inflación promedio de los años 2015 al 2019 que es de 0,90% (Banco Central del Ecuador, 2019).

Tabla 30. Presupuesto de ingresos

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Continental					
Pax	2.454	2.505	2.558	2.612	2.666
Precio	1,68	1,70	1,71	1,73	1,74
Valor	4.125,76	4.250,31	4.378,63	4.510,81	4.646,99
Americano					
Pax	3.718	3.796	3.876	3.957	4.040
Precio	2,43	2,46	2,48	2,50	2,52
Valor	9.052,29	9.325,57	9.607,10	9.897,12	10.195,91
Dietético					
Pax	7.882	8.047	8.216	8.389	8.565
Precio	1,36	1,37	1,39	1,40	1,41
Valor	10.732,71	11.056,72	11.390,51	11.734,38	12.088,63
Ejecutivo					
Pax	7.770	7.933	8.100	8.270	8.444
Precio	3,04	3,07	3,10	3,13	3,15
Valor	23.647,08	24.360,97	25.096,40	25.854,03	26.634,54
Casero					
Pax	11.773	12.020	12.272	12.530	12.793
Precio	3,12	3,15	3,18	3,21	3,24
Valor	36.748,49	37.857,89	39.000,78	40.178,18	41.391,12
Dieta					
Pax	18.601	18.992	19.390	19.798	20.213
Precio	3,01	3,04	3,07	3,09	3,12
Valor	56.031,09	57.722,61	59.465,20	61.260,39	63.109,78
Vegetariano					
Pax	6.357	6.491	6.627	6.766	6.908
Precio	2,90	2,93	2,95	2,98	3,01
Valor	18.434,67	18.991,19	19.564,52	20.155,15	20.763,62
Menú especial					
Pax	19.206	19.609	20.021	20.441	20.871
Precio	5,63	5,68	5,73	5,78	5,83
Valor	108.085,17	111.348,16	114.709,64	118.172,61	121.740,13
Total	266.857,26	274.913,42	283.212,78	291.762,69	300.570,71

Nota: Elaboración propia

Presupuesto de Costos y Gastos

Para la proyección de los costos y los gastos se utilizan la tasa de inflación promedio del 0,90%. Se clasifican en costos variables que fluctúan de acuerdo a la actividad económica y en costos fijos que se pagan sin que afecte la variación de las operaciones.

Tabla 31. Presupuesto de costos y gastos

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos variables					
Materia Prima	162.143,16	163.602,45	165.074,88	166.560,55	168.059,59
Mano de obra directa	21.990,10	22.188,01	22.387,70	22.589,19	22.792,50
Uniformes	690,00	696,21	702,48	708,80	715,18
Servicios básicos	751,00	757,76	764,58	771,46	778,40
Otros materiales	5.962,00	6.015,66	6.069,80	6.124,43	6.179,55
Subtotal	191.536,26	193.260,09	194.999,43	196.754,43	198.525,22
Costos fijos					
Depreciación	1.219,30	1.219,30	1.219,30	1.219,30	1.219,30
Seguro y mantenimiento	241,92	244,10	246,29	248,51	250,75
Gastos administrativos	32.548,72	31.891,41	32.126,19	31.706,42	31.945,45
Gastos de ventas	13.264,11	13.383,49	13.503,94	13.625,47	13.748,10
Gastos financieros	3.787,20	3.095,76	2.330,33	1.482,99	544,97
Subtotal	51.061,25	49.834,06	49.426,06	48.282,70	47.708,57
Total	242.597,51	243.094,15	244.425,49	245.037,12	246.233,79

Nota: Elaboración propia

Estados Financieros

Son informes que reflejan la situación económica y financiera de una empresa, que se encuentran organizados de acuerdo a normas contables nacionales e internacionales.

Estado de Situación Inicial

Este estado se conforma por el grupo de activos, pasivos (préstamo) y el patrimonio (aporte de los socios).

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

ACTIVOS		PASIVOS	
Activos Corrientes		Pasivo a largo plazo	
Caja y Bancos	79.758,09	Préstamo a largo plazo	40.000,00
TOTAL ACTIVO			
CORRIENTE	79.758,09	TOTAL PASIVOS	40.000,00
Propiedad, planta y equipo		PATRIMONIO	
Maquinaria y equipos	3.935,00	Capital	
Vehículos	25.000,00	Capital Social	81.667,09
Equipo y muebles de oficina	1.475,00	TOTAL PATRIMONIO	81.667,09
Equipo de computación	1.970,00		
Menaje y accesorios	4.129,00		
TOTAL ACTIVOS			
FIJOS	36.509,00		
Activos Diferidos			
Software de contabilidad	400,00		
Adecuación de instalaciones	5.000,00		
TOTAL ACTIVO			
DIFERIDO	5.400,00		
TOTAL ACTIVOS	121.667,09	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	121.667,09

Estado de Resultados

El estado de resultados refleja la utilidad anual que tendrá la empresa, luego de descontar costos y gastos. Se contempla el pago de utilidades e impuesto a la renta. De acuerdo con la Ley Orgánica de Simplificación y progresividad tributaria (2019), publicada en el registro oficial el 31 de diciembre de 2019, artículo 92.22, todas las microempresas deberán pagar el 2% sobre los ingresos brutos.

Tabla 32. Estado de resultados

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	266.857,26	274.913,42	283.212,78	291.762,69	300.570,71
(-) Costo de venta	192.997,48	194.723,49	196.465,03	198.222,24	199.995,26
Materia Prima Directa	162.143,16	163.602,45	165.074,88	166.560,55	168.059,59
Mano de Obra Directa	21.990,10	22.188,01	22.387,70	22.589,19	22.792,50
Costos Indirectos de fabricación	8.864,22	8.933,02	9.002,45	9.072,50	9.143,17
(=) Utilidad bruta	73.859,78	80.189,93	86.747,75	93.540,45	100.575,45

(-) Gastos administrativos	32.548,72	31.891,41	32.126,19	31.706,42	31.945,45
(-) Gastos de ventas	13.264,11	13.383,49	13.503,94	13.625,47	13.748,10
(=) Utilidad operacional	28.046,95	34.915,03	41.117,62	48.208,55	54.881,89
(-) Gastos financieros	3.787,20	3.095,76	2.330,33	1.482,99	544,97
(=) Utilidad antes de participación	24.259,75	31.819,27	38.787,29	46.725,56	54.336,92
(-) 15% participación utilidades	3.638,96	4.772,89	5.818,09	7.008,83	8.150,54
(=) Utilidad antes del impuestos	20.620,79	27.046,38	32.969,19	39.716,73	46.186,38
(-) 2% Impuesto a la Renta	412,42	540,93	659,38	794,33	923,73
Utilidad Neta del Ejercicio	20.208,37	26.505,45	32.309,81	38.922,39	45.262,66

Nota: Elaboración propia

Flujo de Caja

Registra todas las entradas y salidas que tendrá la empresa durante la vida útil, iniciando a partir del año de la inversión.

Tabla 33. Flujo de caja

Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas		266.857,26	274.913,42	283.212,78	291.762,69	300.570,71
(-) Costo de venta		192.997,48	194.723,49	196.465,03	198.222,24	199.995,26
Materia Prima Directa		162.143,16	163.602,45	165.074,88	166.560,55	168.059,59
Mano de Obra Directa		21.990,10	22.188,01	22.387,70	22.589,19	22.792,50
Costos Indirectos de fabricación		8.864,22	8.933,02	9.002,45	9.072,50	9.143,17
(=) Utilidad bruta		73.859,78	80.189,93	86.747,75	93.540,45	100.575,45
(-) Gastos administrativos		32.548,72	31.891,41	32.126,19	31.706,42	31.945,45
(-) Gastos de ventas		13.264,11	13.383,49	13.503,94	13.625,47	13.748,10
(=) Utilidad operacional		28.046,95	34.915,03	41.117,62	48.208,55	54.881,89
(-) Gastos financieros		3.787,20	3.095,76	2.330,33	1.482,99	544,97
(=) Utilidad antes de participación		24.259,75	31.819,27	38.787,29	46.725,56	54.336,92
(-) 15% participación utilidades		3.638,96	4.772,89	5.818,09	7.008,83	8.150,54
(=) Utilidad antes del impuestos		20.620,79	27.046,38	32.969,19	39.716,73	46.186,38
(-) 2% Impuesto a la Renta		412,42	540,93	659,38	794,33	923,73
Utilidad neta del ejercicio		20.208,37	26.505,45	32.309,81	38.922,39	45.262,66
(-) Inversión	-121.667,09					
(+) Depreciación		7.023,47	7.023,47	7.023,47	6.366,80	6.366,80
(+) Recuperación de capital de trabajo						79.758,09
(+) Valor de recuperación de activos fijos						3.102,40
(-) Pago de capital		6.461,05	7.152,49	7.917,92	8.765,26	9.703,28
Flujo neto generado	-121.667,09	20.770,79	26.376,43	31.415,36	36.523,93	124.786,66

Nota: Elaboración propia

Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio se calcula para conocer la cantidad mínima que se puede vender para que la empresa no genere ni pérdidas ni ganancias. Estos resultados permiten que administrador fijar metas y objetivos de ventas. La fórmula de cálculo en dólares y unidades so las siguiente:

$$\text{PE USD} = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo variable}}{\text{Ventas}}} = \text{USD}$$
$$\text{PE Unidades} = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Precio} - \text{Costo Variable Unitario}} = \text{Unidades}$$

Tabla 34. Cálculo del punto de equilibrio

Años	Ventas Totales	Costos Fijos	Costos Variables	Pax	Costo Total	Pto. Equilibrio USD.	Precio de Venta unit.	Costo variable unitario	Pto. Equilibrio Unid.
		Fijos	Variables			CF/1-(CV/VT)			CF/(pvu-cvu)
1	266.857,26	51.061,25	191.536,26	77.760	242.597,51	180.906,58	2,90	2,46	117.473
2	274.913,42	49.834,06	193.260,09	79.393	243.094,15	167.783,13	2,92	2,43	101.766
3	283.212,78	49.426,06	194.999,43	81.060	244.425,49	158.684,51	2,95	2,41	90.754
4	291.762,69	48.282,70	196.754,43	82.762	245.037,12	148.272,26	2,98	2,38	80.546
5	300.570,71	47.708,57	198.525,22	84.500	246.233,79	140.523,59	3,00	2,35	72.929

Nota: Elaboración propia

Para el primer año el punto de equilibrio es de USD 180.906,58, de unidades o pax de 117.473, esto significa que la empresa para que no tenga pérdida tendrá que vender alrededor de USD 180 mil dólares.

Evaluación Financiera

La evaluación económica financiera es uno de los aspectos de suma importancia dentro de los planes de negocios, ya que a través de indicadores se establece la viabilidad y rentabilidad del proyecto. Para aplicar esta evaluación se calcula la tasa de descuento que es el valor porcentual que puede obtener como beneficio en caso

de invertir en una institución financiera. Se obtiene de la sumatoria de la tasa pasiva, el riesgo país y la tasa de inflación a diciembre del año 2019.

Tabla 35. Tasa de descuento

Detalle	Porcentaje
Tasa Pasiva	6,17%
Riesgo País	8,26%
Tasa de Inflación	0,90%
TMAR	15,33%

Nota: Elaborado a partir del (Banco Central del Ecuador, 2019)

Valor Actual Neto (VAN)

El VAN es un indicador que calcula el valor presente de los flujos actualizados para conocer la viabilidad del proyecto. Se emplea la tasa de descuento del 15,33% y se aplica la siguiente fórmula:

$$\text{Van} = \sum \text{FNA} - \text{Inversión}$$

Tabla 36. Flujos actualizados

Años	Flujo De Caja	Flujos Actualizados
0	-121.667,09	
1	20.770,79	18.009,87
2	26.376,43	19.830,40
3	31.415,36	20.479,30
4	36.523,93	20.644,69
5	124.786,66	61.158,48
Total		140.122,75

Nota: Elaboración propia

$$\text{Van} = 140.122,75 - 121.667,09$$

$$\text{Van} = 18.455,66$$

El VAN es de USD 18.455,66 que indica que la creación de la empresa de catering industrial en el sector de Carcelén es viable.

Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa Interna de retorno es el valor porcentual de rendimiento económico que genera la implementación de un proyecto. El resultado que se obtiene demostrará si la propuesta producirá beneficios o pérdidas para los inversionistas. La fórmula para el cálculo es la siguiente:

$$TIR = T_m + (T_M - T_m) \frac{VAN T_m}{VAN T_m - VAN T_M}$$

Dónde:

T_m = tasa menor

T_M = tasa mayor

VAN T_m = Valor actual neto con tasa menor

VAN T_M = Valor actual neto con tasa mayor

TIR=	20%
------	-----

El resultado de la tasa interna de retorno es del 20% que indica que la creación y ejecución del proyecto es rentable, puesto que es una tasa superior a la tasa de descuento.

Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

El periodo de recuperación de la inversión permite conocer el tiempo que se necesita para que los inversionistas puedan recuperar el valor invertido.

Tabla 37. Periodo de recuperación de la inversión

Años	Flujo de Caja	Flujo Actualizado	P.R.I.
0		-121.667,09	-121.667,09
1	20.770,79	18.009,87	-103.657,21
2	26.376,43	19.830,40	-83.826,81
3	31.415,36	20.479,30	-63.347,51
4	36.523,93	20.644,69	-42.702,82
5	124.786,66	61.158,48	18.455,66
TOTAL		18.455,66	

Nota: Elaboración propia

La inversión se recupera en 4 años y 1 mes.

Análisis Costo – Beneficio (C/B)

El análisis costo beneficio permite medir el nivel de rentabilidad a través de la comparación entre ingresos y egresos. Para el cálculo se utiliza la siguiente fórmula:

$$B/C = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}}$$

Tabla 38. Relación costo beneficio

Años	Ingresos	Ingresos Actualizados	Egresos	Egresos Actualizados
1	266.857,26	231.385,82	242.597,51	210.350,74
2	274.913,42	206.686,14	243.094,15	182.763,69
3	283.212,78	184.623,07	244.425,49	159.338,09
4	291.762,69	164.915,16	245.037,12	138.504,13
5	300.570,71	147.311,01	246.233,79	120.680,25
Total	1.417.316,85	934.921,19	1.221.388,06	811.636,90

Nota: Elaboración propia

$$B/C = \frac{934.921,19}{811.636,90}$$

$$B/C = 1,15$$

Por cada dólar que la empresa emplee para cubrir costos y gastos, se obtiene una utilidad del USD 0,15, que representa un beneficio económico para los inversionistas del proyecto de creación de una empresa de catering industrial.

CAPÍTULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- Se concluye que el sector de servicios de catering es muy dinámico y rentable, sin embargo, en el sector de Carcelén no existe una empresa que se dedique oferta del servicio de catering industrial, por lo que se consideró un entorno favorable para el diseño e implementación de un proyecto enfocado a satisfacer a los trabajadores y empleadores de las empresas del sector.
- Se realizó un estudio de mercado dirigido a las empresas ubicadas en la zona urbana de la parroquia Carcelén, que se encuentran registradas en la Superintendencia de Compañías, para lo cual se aplicó una encuesta a una muestra de la población, ateniendo el 88% de aceptación del servicio. Este estudio evidenció una demanda insatisfecha del 2.117.904 pax.
- El estudio técnico realizado permitió conocer que la capacidad máxima de producción es de 216 pax diarios y anuales de 77.760 pax, que representan el 3,67% de la demanda insatisfecha. De igual manera en la ingeniería del proyecto se definió que es necesario disponer de una infraestructura de 54m² para el área administrativa y operativa, dentro de la cual se adecuará con la maquinaria, equipos y el manejo identificado.
- Se realizó un estudio administrativo, dentro del cual consta que la creación de la empresa será de tipo anónima, utilizando el nombre de Catering y eventos Moritas Pasión S.A., cuya misión es prestar servicios de catering industrial al sector de Carcelén, cumpliendo con todos los estándares de calidad e higiene y espera a futuro ser una compañía reconocida en el mercado. Se organiza por áreas: contabilidad, operaciones y ventas.
- A través del estudio económico de la empresa se estableció que para la ejecución del proyecto se requiere de una inversión estimada de USD 121.667,09 compuesta de activos fijos (maquinaria y equipos, vehículos, equipos y muebles de oficina, equipos de computación, menaje y accesorios), activos diferidos (software y adecuaciones) y capital de trabajo. Se calculó los egresos y los ingresos para los tres tipos de desayuno (continental, americano

y dietético), para cuatro tipos de almuerzo (ejecutivo, casero, dieta y vegetariano) y un menú especial. Por su parte, la evaluación financiera determinó la viabilidad y rentabilidad de la creación de una empresa que preste servicios de catering industrial, puesto que se obtuvo un VAN de USD 18.455,66 una tasa Interna de retorno del 20%, recuperación de la inversión en 4 años y un mes, y un costo beneficio de USD 1,15.

Recomendaciones

- Se recomienda que en los planes de negocios se parta de un diagnóstico de la situación económica, política, social y tecnológica del país y a su vez sector económico al que se pretenda ingresar, con cuyo resultado se pueda organizar una matriz FODA; para conocer si en entorno es favorable para implementar proyectos de inversión.
- Es necesario que los estudiantes, profesionales e investigadores apliquen investigaciones de campo, ya que es la mejor manera de conocer el comportamiento y características reales de la población objeto de estudio. En el caso de los planes de negocios es fundamental realizar el estudio de mercado para conocer la demanda, oferta y demanda insatisfecha, para lo cual de ser necesario se podrá aplicar encuestas a las empresas o establecimientos que se consideren competencia.
- Para calcular el tamaño óptimo de la empresa es fundamental conocer la disponibilidad de recursos, financiamiento, normativas y el comportamiento de la demanda. A este último factor se tiene que poner énfasis para evitar que el volumen de producción o de prestación de servicios sea superior a la demanda, lo cual conllevaría a generar pérdidas en el proyecto.
- Se aconseja que dentro de los estudios administrativos se proponga un manual de funciones, con la finalidad de especificar y distribuir las responsabilidades a cada uno de los puestos de trabajo, de esta manera al momento que se decida implementar el proyecto sea útil la planificación y se contrate al personal idóneo que cumpla con el perfil de puestos. Al mismo tiempo se puede incluir una planificación estratégica enfocada que permita controlar y dar seguimiento a las iniciativas para lograr el nivel de ventas propuesto.

- En los planes de negocios o proyectos de inversión se aconseja calcular el valor de la inversión compuesta de activos fijos, activos diferidos y el capital de trabajo, sobre la cual se tiene que especificar forma de financiamiento, tomando en cuenta que las instituciones financieras otorgan préstamos cuando los recursos propios representan más del 50% del valor total de la inversión. Además, se recomienda la implementación de proyectos que arrojan resultados positivos en la evaluación financiera, no obstante, es posible aplicar un análisis de sensibilidad calculando incrementos y decrementos en los principales elementos, con lo cual se pueda conocer el nivel de impacto y riesgo del proyecto.

GLOSARIO

Plan de negocios: es un documento utilizado por los inversionistas, empresarios o estudiantes para establecer si las propuestas son rentables y viables.

Catering: es el servicio que encargado de ofertar o suministrar alimentos preparados a diferentes tipos de eventos.

Mercado: comprende a todos los consumidores que tienen una necesidad y capacidad de comprar.

Oferta: corresponde a la cantidad de bienes y servicios colocados en el mercado por las empresas de un sector económico.

Demanda: se refiere a la cantidad de bienes o prestación de servicios requeridos por las personas que conforman el mercado.

Demanda insatisfecha: es la diferencia entre la demanda y la oferta.

Capital de trabajo: son los recursos que necesita la empresa para que tenga normal funcionamiento. En los proyectos de inversión se calcula en función del tiempo estimado para recibir los primeros ingresos, que sirven como recursos líquidos para cubrir las primeras salidas de dinero, antes de obtener los primeros ingresos.

Costo de producción: son aquellos costos que se utilizan directamente en la producción de bienes o prestación de servicios. Se compone de tres elementos: materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación.

VAN: es el valor actual neto que refleja la viabilidad de un proyecto de inversión.

TIR: es la tasa interna de Retorno que corresponde al valor porcentual de rendimiento económico que genera el proyecto dentro de su vida útil.

PRI: es el periodo de recuperación de la inversión

Costo – beneficio: es la rentabilidad que generan los ingresos provenientes de la venta de productos o prestación de servicios.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguirre, E. (2019). *Plan de negocio para la creación de una empresa de catering con productos saludables en el Distrito de Pimentel 2018*. Pimentel: USS. Obtenido de <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/7006/Aguirre%20Purizaca%20Elsa%20Elvira.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Alba, E. (2022). *Diseño de un Plan de Negocios para la creación de una empresa de Catering de Eventos Sociales en el Cantón Cayambe*. Quito: UNIBE.
- Alfredo , L. (2016). *Plan estratégico de negocios*. México: Patria.
- Amantel Catering. (15 de Junio de 2016). *amantelcatering.es*. Obtenido de <https://amantelcatering.es/6-tipos-servicios-catering/>
- Ávila, J. (2014). *Economía*. México: Umbral Editorial, S.A.
- Banco Central del Ecuador. (diciembre de 2019). *Estadísticas Macroeconómicas* . Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec//documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/IndCoyuntura/EstMacro122019.pdf>
- Brusola, F. (2000). *Oficina técnica y proyectos* . Valencia: Reapproval, S.L.
- Carrión, J. (2012). *Estrategia: de la visión a la acción*. Madrid: Esic Editorial .
- Casado, A., & Sellers, R. (2006). *Dirección de Marketing: Teoría y práctica*. Alicante: Editorial Club Universitario.
- Crisol Equipamiento Hostelero. (15 de Junio de 2010). *grupocrisol.com*. Obtenido de https://www.grupocrisol.com/sugerencias/curiosidades/buffet_y_catering/origen_del_catering/3/
- Cruz, M. (2017). *Implementación de un sitio web para compañías o negocios de buffet y servicio de catering en la Ciudad de Guayaquil*. Guayaquil: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- Fernandez, F. (2011). *Estudio de Mercado*. España: Lulu.com.
- Fernández, S. (2007). *Los proyectos de Inversión: .* Costa Rica: Editorial Tecnológica de Costa Rica.
- Fernández, S. (2012). *Los proyectos de inversión* . Costa Rica: Editorial Tecnológica de Costa Rica.
- Gamez, S. (2011). *Recepcion y lavado de catering*. Malaga: IC editorial.
- Gamez, S. M. (2011). *Recepcion y lavado de catering*. Malaga: ic editorial.

- García , A. (2012). *Los Nuevos Emprendedores: Creación de Empresas en el Siglo XXI*. Barcelona: Universitat Barcelona.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (Sexta ed.). CDMX: McGraw Hill.
- Herrera, M. (2011). *Fórmula para cálculo de muestra de la muestra poblaciones finitas* . Guatemala: Roosevelt .
- INEC. (junio de 2012). *Clasificación Nacional de Actividades Económicas*. Obtenido de <https://aplicaciones2.ecuadorencifras.gob.ec/SIN/descargas/ciiu.pdf>
- INEC. (2018). *Directorio de empresas*. Obtenido de https://produccion.ecuadorencifras.gob.ec/geoqlik/proxy/QvAJAXZfc/opendoc.htm?document=empresas_test.qvw&host=QVS%40virtualqv&anonymous=true
- Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social. (2001). *Guía para la presentación de proyectos*. México: Siglo XXI.
- Kloter, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de Marketing* (Decimoprimer ed.). México: Pearson Educación. Obtenido de http://es.slideshare.net/ContaFinanciera1_G05/fundamentos-de-marketing-11-edicin-kotler-armstrong
- Komiya, A. (12 de Noviembre de 2014). Recuperado el 21 de 05 de 2018, de CreceNegocios: <https://www.crecenegocios.com>
- Kotler, P. (2006). *Dirección del marketing*. México: Prentice Hall.
- Ley de Compañías. (2018). *Ley de Compañías*. Quito: Registro Oficial Suplemento 249.
- Ley Orgánica de Simplificación y Progresividad Tributaria. (31 de diciembre de 2019). Quito, Ecuador: Registro Oficial o. 111.
- Longenecker, J. G., Moore, C. W., & Leslie, E. P. (2010). *Administración de Pequeñas Empresas*. México: Cengage Learning Editores S.A. de CV.
- Martínez, D., & Milla, A. (2012). *Análisis del entorno*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Martinez, I. (2016). *Planificación e iniciativa emprendedora en pequeños negocios o microempresas*. Cano Pina, SL.
- Meneses, J., & Rodríguez, D. (2016). *El cuestionario y la entrevista*. Cataluña : UOC.
- Meza, J. (2013). *Evaluación financiera de proyectos*. Bogotá: Ecoe Ediciones.

- Torres, J. (2015). *Proyecto de negocios. Metodo practico para emprendedores*. Chile: Usach.
- Ugalde, N., & Balbastre, F. (2013). Investigación cuantitativa y cualitativa: Buscando las ventajas de las diferentes metodologías de investigación. *Ciencias Económicas*, XXXI(2), 179-187.
- Villacorta, M. (2015). *Introducción al marketing estratégico*. Estados Unidos: Creative Commons Attribution.

ANEXOS

Anexo 1. Formato de encuesta

FORMATO DE ENCUESTA

Objetivo: conocer el nivel de aceptación de una nueva empresa prestadora de servicios de catering industrial en el sector de Carcelén de la ciudad de Quito.

- **Datos Generales**

Años de actividad económica de la empresa

1 a 2 años ____

3 a 6 años ____

7 a 10 años ____

10 años en adelante ____

Nombre de la empresa _____

Número de empleados _____

- **Preguntas**

1. ¿La empresa cuenta con el servicio de alimentación?

Sí ____

No ____

2. Si su respuesta a la pregunta 1, fue positiva conteste: ¿Está satisfecho con el servicio de alimentación que se brinda en la empresa?

Sí ____

No ____

3. Si su respuesta fue negativa en la pregunta 1, responda: ¿le gustaría contar con un servicio de catering industrial que ofrezca menús variados, nutritivos y de calidad?

Sí ____

No ____

4. ¿Alguna vez la empresa ha contratado los servicios de catering?

Sí ____

No ____

5. ¿Conoce usted de alguna empresa que preste servicios de catering industrial en este sector?

Sí ____

No ____

Cual ? _____

6. ¿Cuál es la razón por la que como empresa contrataría el servicio de catering industrial?

Almuerzos diarios ____

Desayunos diarios ____

Algún evento especial ____

Todas las anteriores ____

Otros ____

7. ¿Porque medios le gustaría a usted conocer sobre los servicios de catering industrial?

Redes sociales ____

Televisión ____

Prensa ____

- Otros _____
8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por contratar los servicios de alimentación por menú diario?
- USD 2, 25 ctvs. _____
- USD 2, 50 ctvs. _____
- USD 2, 75 ctvs. _____
- USD 3,00 ctvs. _____
- USD 4,00 ctvs _____
9. ¿Qué tipos de servicio le gustaría que se ofrezca dentro de los servicios de catering industrial?
- Típica** _____
- Casera** _____
- Light** _____
- Dietética** _____
- Vegetariana** _____
10. ¿Cuáles son los criterios más relevantes que usted consideraría necesarios en caso de contratar el servicio de catering industrial?
- Atención al cliente _____
- Menús _____
- Calidad nutricional _____
- Variedad _____
- Sabor _____

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

FORMATO DE VALIDACIÓN CUANTITATIVO

Quito D.M. Octubre 2022.

Nombre del docente:

Presente.-

Me dirijo a usted, en la oportunidad de solicitar su colaboración, dada su experiencia en el área temática, en la revisión, evaluación y validación del presente instrumento que será aplicado para realizar un trabajo de investigación titulado: *Diseño de un plan de negocio para la creación de un catering industrial en el sector Carcelén*, el cual será presentado como Trabajo de Titulación para optar al grado de *Ingeniero en Administración de Empresas Gastronómicas* en la Universidad Iberoamericana del Ecuador, UNIB.E.

Los objetivos del estudio son los siguientes:

Objetivo general

- Diseñar un plan de negocios para la creación de un servicio de Catering Industrial en el sector de Carcelén de la ciudad de Quito a través de un estudio integral de factibilidad, direccionado a la satisfacción del mercado.

Objetivos específicos

- Efectuar un análisis situacional del entorno relacionado con el servicio propuesto.
- Realizar un estudio de mercado definiendo la oferta y la demanda de las industrias ubicadas en el en el sector de Carcelén Industrial.
- Realizar un estudio técnico estableciendo la demanda insatisfecha proyectada por el servicio de restauración.
- Analizar el estudio administrativo para la verificar el desarrollo y control del proyecto.
- Realizar un estudio económico que determine la viabilidad del presente proyecto.

Las variables del estudio se operacionalizan se la siguiente manera:

Variable	Concepto	Dimensión	Indicador	Ítem
Plan de Negocio	Los Planes de negocios es un documento que ayuda a la evaluación del negocio o proyecto empresarial en pro de establecer mejoras mediante alternativas de solución o estrategias que permitan que el proyecto sea rentable.	Aspectos del plan de negocios.	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis del entorno. • Estudio de Mercado. • Estudio Financiero. 	2 - 10
Catering	El catering se conoce como el servicio que se encarga de ofertar o suministrar alimentos preparados a diferentes tipos de eventos. El algunos casos este servicio incluye el alquiler de las instalaciones para que se desarrolle los eventos de cualquier índole, mientras que en otros casos se entrega los productos en el lugar solicitado por el cliente.	Generalidades	<ul style="list-style-type: none"> • Identidad Gastronómica. • Generalidades del Catering. 	1 - 10

El instrumento a valorar es el siguiente:

FORMATO DE ENCUESTA

Objetivo: conocer el nivel de aceptación de una nueva empresa prestadora de servicios de catering industrial en el sector de Carcelén de la ciudad de Quito.

- **Datos Generales**

Años de actividad económica de la empresa

1 a 2 años _____

3 a 6 años _____

7 a 10 años _____

10 años en adelante _____

Nombre de la empresa _____

Número de empleados _____

- **Preguntas**

11. ¿La empresa cuenta con el servicio de alimentación?

Sí _____

No _____

12. Si su respuesta a la pregunta 1, fue positiva conteste: ¿Está satisfecho con el servicio de alimentación que se brinda en la empresa?

Sí _____

No _____

13. Si su respuesta fue negativa en la pregunta 1, responda: ¿le gustaría contar con un servicio de catering industrial que ofrezca menús variados, nutritivos y de calidad?

Sí _____

No _____

14. ¿Alguna vez la empresa ha contratado los servicios de catering?

Sí _____

No _____

15. ¿Conoce usted de alguna empresa que preste servicios de catering industrial en este sector?

Sí _____

No _____

Cual ? _____

16. ¿Cuál es la razón por la que como empresa contrataría el servicio de catering industrial?

Almuerzos diarios _____

Desayunos diarios _____

Algún evento especial _____

Todas las anteriores _____

Otros _____

17. ¿Porque medios le gustaría a usted conocer sobre los servicios de catering industrial?

Redes sociales _____

Televisión _____

Prensa _____

Otros _____

18. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por contratar los servicios de alimentación por menú diario?

USD 2, 25 ctvs. ____

USD 2, 50 ctvs. ____

USD 2, 75 ctvs. ____

USD 3,00 ctvs. ____

USD 4,00 ctvs. ____

19. ¿Qué tipos de servicio le gustaría que se ofrezca dentro de los servicios de catering industrial?

Típica ____

Casera ____

Light ____

Dietética ____

Vegetariana ____

20. ¿Cuáles son los criterios más relevantes que usted consideraría necesarios en caso de contratar el servicio de catering industrial?

Atención al cliente ____

Menús ____

Calidad nutricional ____

Variedad ____

Sabor ____

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

JUICIO DE EXPERTO

INSTRUCCIONES:

Coloque una "X" en la casilla correspondiente a su apreciación según los criterios que se detallan a continuación.

Criterios	Apreciación cualitativa			
	Excelente	Bueno	Regular	Deficiente
Presentación del instrumento				
Pertinencia de las variables con los indicadores				
Desarrollo de la operacionalización				

Relevancia del contenido				
Factibilidad de aplicación				

Apreciación cualitativa:

Observaciones:

Validado por: _____

Profesión: _____

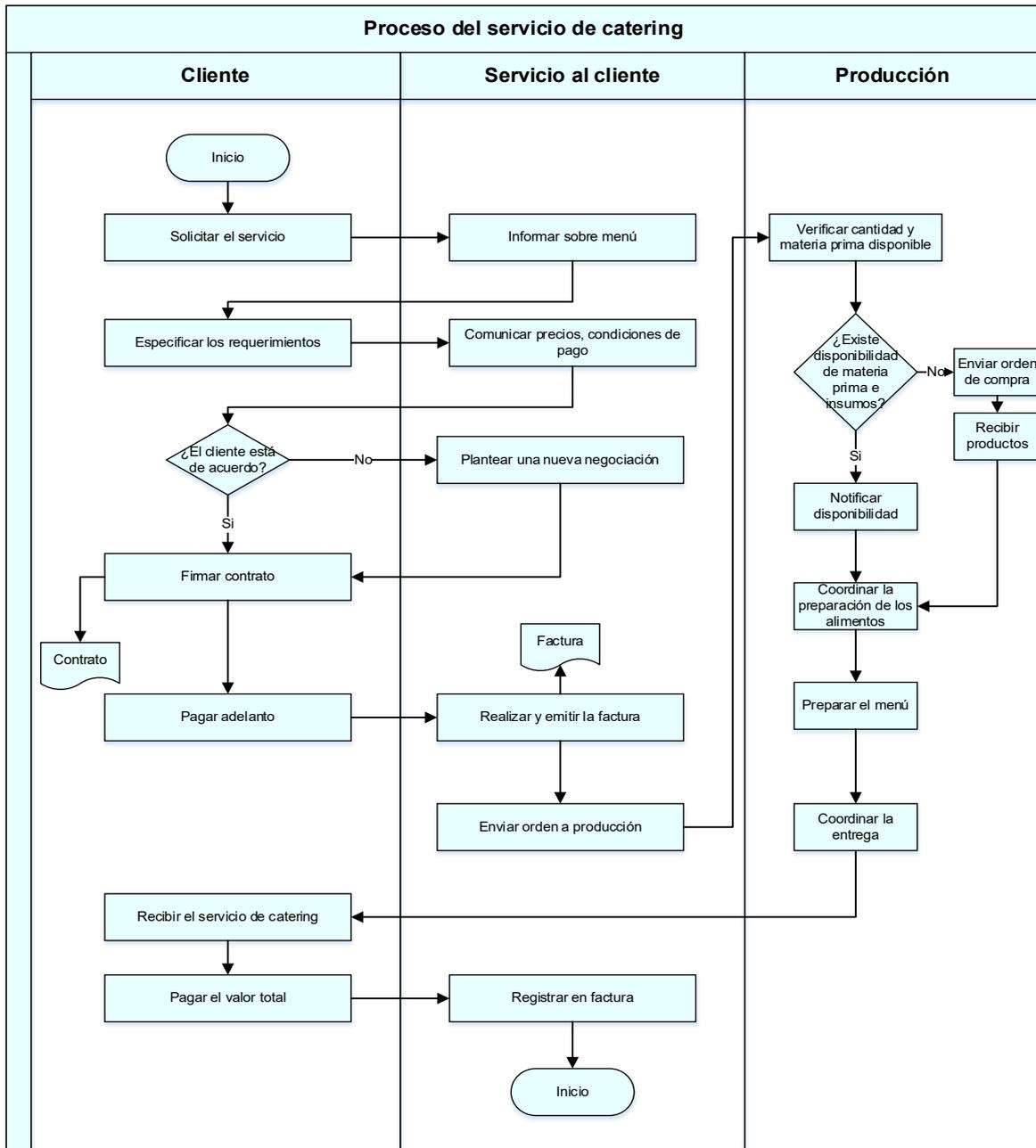
Cargo que desempeña: _____

Firma: _____

Fecha: _____

Anexo 3b. Reporte de antiplagio

Anexo 4. Diagrama de flujo del proceso del servicio de catering



Anexo 5. Tabla de amortización

Monto del crédito	28.000,00
Tasa de interés (anual)	10,21%
N° de pagos mensuales	60
Pago mensual	597,81

TABLA DE AMORTIZACIÓN				
N° PAGO	PAGO INTERES	PAGO CAPITAL	DIVIDENDO	SALDO
0				28.000,00
1	238,23	359,58	597,81	27.640,42
2	235,17	362,64	597,81	27.277,78
3	232,09	365,73	597,81	26.912,05
4	228,98	368,84	597,81	26.543,21
5	225,84	371,98	597,81	26.171,24
6	222,67	375,14	597,81	25.796,10
7	219,48	378,33	597,81	25.417,76
8	216,26	381,55	597,81	25.036,21
9	213,02	384,80	597,81	24.651,41
10	209,74	388,07	597,81	24.263,34
11	206,44	391,37	597,81	23.871,97
12	203,11	394,70	597,81	23.477,26
13	199,75	398,06	597,81	23.079,20
14	196,37	401,45	597,81	22.677,75
15	192,95	404,86	597,81	22.272,89
16	189,51	408,31	597,81	21.864,58
17	186,03	411,78	597,81	21.452,80
18	182,53	415,29	597,81	21.037,51
19	178,99	418,82	597,81	20.618,69
20	175,43	422,38	597,81	20.196,30
21	171,84	425,98	597,81	19.770,33
22	168,21	429,60	597,81	19.340,72
23	164,56	433,26	597,81	18.907,47
24	160,87	436,94	597,81	18.470,52
25	157,15	440,66	597,81	18.029,86
26	153,40	444,41	597,81	17.585,45
27	149,62	448,19	597,81	17.137,26
28	145,81	452,01	597,81	16.685,26
29	141,96	455,85	597,81	16.229,40
30	138,09	459,73	597,81	15.769,67
31	134,17	463,64	597,81	15.306,03
32	130,23	467,59	597,81	14.838,45
33	126,25	471,56	597,81	14.366,88
34	122,24	475,58	597,81	13.891,31
35	118,19	479,62	597,81	13.411,68
36	114,11	483,70	597,81	12.927,98
37	110,00	487,82	597,81	12.440,16
38	105,85	491,97	597,81	11.948,19
39	101,66	496,16	597,81	11.452,04
40	97,44	500,38	597,81	10.951,66
41	93,18	504,63	597,81	10.447,03
42	88,89	508,93	597,81	9.938,10
43	84,56	513,26	597,81	9.424,84
44	80,19	517,62	597,81	8.907,22
45	75,79	522,03	597,81	8.385,19
46	71,34	526,47	597,81	7.858,72
47	66,86	530,95	597,81	7.327,77
48	62,35	535,47	597,81	6.792,30
49	57,79	540,02	597,81	6.252,28
50	53,20	544,62	597,81	5.707,66

51	48,56	549,25	597,81	5.158,41
52	43,89	553,93	597,81	4.604,48
53	39,18	558,64	597,81	4.045,84
54	34,42	563,39	597,81	3.482,45
55	29,63	568,18	597,81	2.914,27
56	24,80	573,02	597,81	2.341,25
57	19,92	577,89	597,81	1.763,35
58	15,00	582,81	597,81	1.180,54
59	10,04	587,77	597,81	592,77
60	5,04	592,77	597,81	0,00
	7.868,87	28.000,00	35.868,87	

Anexo 6. Tarjetas de costos

ALMUERZOS

CONTINENTAL				
PAX:	1			
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Valor Unitario	Valor total
Fruta (jugo)	150	g	0,001	0,150
Rebanadas de pan	56	g	0,003	0,168
Café	5	g	0,02	0,100
Leche	200	ml	0,0008	0,160
Jamón	15	g	0,008	0,120
Mermelada	20	g	0,01	0,200
Mantequilla	15	g	0,005	0,075
Subtotal				0,973
5% imprevistos				0,049
Costo total				1,022

AMERICANO				
PAX:	1			
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Valor Unitario	Valor total
Fruta (jugo)	150	g	0,001	0,150
Pan	2	u	0,12	0,240
Café	5	g	0,02	0,100
Leche	200	ml	0,0008	0,160
Salchicha	48	g	0,003	0,144
Mermelada	30	g	0,01	0,300
Mantequilla	15	g	0,005	0,075
Huevos	2	u	0,12	0,240
Subtotal				1,409
5% imprevistos				0,070
Costo total				1,479

DIETÉTICO				
PAX:	1			
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Valor Unitario	Valor total
Fruta	200	g	0,001	0,200
Rebanadas de pan integral	56	g	0,003	0,168
Leche descremada	200	ml	0,0009	0,180
Huevos	2	u	0,12	0,240
Subtotal				0,788
5% imprevistos				0,039
Costo total				0,827

ALMUERZOS

EJECUTIVO				
PAX:	1			
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Valor Unitario	Valor total
LOCRO DE QUESO				
Papas	3	u	0,08	0,240
Mantequilla	10	g	0,005	0,050
Cebolla blanca	50	g	0,0013	0,065
Ajo	15	g	0,002	0,030
Comino	1	g	0,002	0,002
Achiote	5	g	0,003	0,015
Leche	20	ml	0,0008	0,016
Queso	35	ml	0,007	0,245
Cilantro	2	g	0,002	0,004
Tostado	50	g	0,003	0,150
Sal	1	g	0,002	0,002
Subtotal				0,819
CHULETA DE CERDO				
Chuleta	80	g	0,0045	0,360
Aceite	15	g	0,002	0,030
Arroz	100	g	0,001	0,100
Frejol	80	g	0,001	0,080
Tomate	20	g	0,0025	0,050
Lechuga	65	g	0,002	0,130
Cebolla paiteña	20	g	0,00083	0,017
Limón	5	ml	0,0011	0,006
Perejil	1	g	0,005	0,005
Subtotal				0,777
JUGO NATURAL				
Fruta	150	g	0,001	0,150
Azúcar	15	g	0,001	0,015
Subtotal				0,165
Suma				1,761
5% imprevistos				0,088
Costo total				1,849

CASERO				
PAX:	1			
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Valor Unitario	Valor total
ARROZ DE CEBADA				
Arroz de cebada	40	g	0,002	0,080
Papa	2	u	0,08	0,160
Cebolla blanca	50	g	0,0013	0,065
Hueso de cerdo	40	g	0,007	0,280
Ajo	15	g	0,002	0,030
Perejil	5	g	0,005	0,025
Cilantro	2	g	0,002	0,004
Col	50	g	0,001	0,050
Aceite	5	g	0,002	0,010
Sal	1	g	0,002	0,002
Leche	15	ml	0,0008	0,012
Subtotal				0,718
SECO DE POLLO				
Pollo	100	g	0,003	0,280
Cebolla paiteña	40	g	0,008	0,320
Tomate riñon	30	g	0,001	0,024
Pimiento verde	25	g	0,002	0,045
Cerveza	25	ml	0,003	0,075
Naranja	15	g	0,002	0,030

Ajo	15%	g	0,002	0,000
Cilantro	2	g	0,002	0,004
Aceite	5	g	0,002	0,010
Achiote	5	g	0,003	0,015
Maduro	20	g	0,001	0,020
Arroz	100	g	0,001	0,100
Subtotal				0,923
JUGO NATURAL				
Fruta	150	g	0,001	0,150
Azúcar	15	g	0,001	0,015
Subtotal				0,165
Suma				1,806
5% imprevistos				0,090
Costo total				1,897

DIETA				
PAX:	1			
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Valor Unitario	Valor total
CONSOMÉ DE POLLO				
Pollo	100	g	0,0028	0,280
Zanahoria	15	g	0,004	0,060
Cebolla	50	g	0,0013	0,065
Ajo	15	g	0,002	0,030
Cilantro	3	g	0,002	0,006
Papa	3	u	0,08	0,240
Apio	30	g	0,0003	0,009
Sal	1	g	0,002	0,002
Subtotal				0,692
PESCADO AL HORNO				
Pescado	80	g	0,007	0,560
Cebolla blanca	50	g	0,0013	0,065
Ajo	15	g	0,002	0,030
Cilantro	2	g	0,002	0,004
Lechuga	80	g	0,002	0,160
Limón	5	ml	0,0011	0,006
Verde	20	g	0,001	0,020
Cebolla paiteña	20	g	0,00083	0,017
Aceite de oliva	5	g	0,005	0,025
Subtotal				0,886
JUGO NATURAL				
Fruta	150	g	0,001	0,150
Azúcar	15	g	0,001	0,015
Subtotal				0,165
Suma				1,743
5% imprevistos				0,087
Costo total				1,830

VEGETARIANO				
PAX:	1			
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Valor Unitario	Valor total
SOPA DE VERDURAS				
Papa	1	u	0,08	0,080
Cebolla	50	g	0,0013	0,065
Ajo	15	g	0,002	0,030
Zanahoria	15	g	0,004	0,060
Brocoli	50	g	0,0008	0,040
Nabo	50	g	0,00076	0,038
Arveja	30	g	0,003	0,090
Coliflor	50	g	0,0015	0,075
Vainitas	50	g	0,00116	0,058
Aceite de oliva	5	g	0,005	0,025
Perejil	10	g	0,005	0,050
Cilantro	5	g	0,002	0,010

Sal	1	g	0,002	0,002
Subtotal				0,623
CANELONES DE ACELGA				
Canelones	1	u	0,09	0,090
Acelga	20	g	0,002	0,040
Queso	20	g	0,001	0,020
Crema de leche	20	g	0,009	0,180
Nuez moscada	1	g	0,01	0,010
Harina	50	g	0,002	0,100
Queso mozzarella	45	g	0,01	0,450
Subtotal				0,890
JUGO NATURAL				
Fruta	150	g	0,001	0,150
Azúcar	15	g	0,001	0,015
Subtotal				0,165
Suma				1,678
5% imprevistos				0,084
Costo total				1,762

MENÚ ESPECIAL

MENÚ ESPECIAL				
PAX:	1			
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Valor Unitario	Valor total
ENTRANTE				
Canelones de Queso y pollo				
Canelones	1	u	0,09	0,090
Pollo	30	g	0,003	0,084
Queso	20	g	0,001	0,020
Queso mozzarella	40	g	0,01	0,400
Harina	50	g	0,002	0,100
Nuez moscada	1	g	0,01	0,010
Pimienta	1	g	0,002	0,002
Subtotal				0,706
PLATO FUERTE				
Lomo en salsa de champiñones				
Lomo	150	g	0,01	1,500
Champiñones	30	g	0,008	0,240
Cebolla blanca	10	g	0,0013	0,013
Ajo	15	g	0,002	0,030
Vino blanco	5	ml	0,005	0,025
Harina	10	g	0,002	0,020
Aceite	5	g	0,002	0,010
Sal	1	g	0,002	0,002
Perejil	2	g	0,005	0,010
Papas	3	u	0,08	0,240
Tomate	20	g	0,0025	0,050
Lechuga	70	g	0,002	0,140
Cebolla paiteña	20	g	0,00083	0,017
Limón	5	ml	0,0011	0,006
Subtotal				2,302
POSTRE				
Pastel de zanahoria				
Harina	40	g	0,002	0,080
Zanahoria	35	g	0,0007	0,025
Mantequilla	8	g	0,01	0,080
Polvo de hornear	2	g	0,01	0,020
Huevos	0,2	u	0,12	0,024
Esencia de vainilla	1	g	0,02	0,020
Subtotal				0,249
Suma				3,257
5% imprevistos				0,163
Costo total				3,419