



**ESCUELA SUPERIOR  
POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO  
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA  
ESCUELA DE GASTRONOMÍA**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UN SERVICIO DE CATERING  
Y ORGANIZACIÓN DE EVENTOS EN EL CANTÓN COLTA  
DURANTE EL PERIODO 2012-2013”**

## **TESIS DE GRADO**

**Previo a la Obtención del Título de:**

**LICENCIADA EN GESTIÓN GASTRONÓMICA**

**Silvia Isabel Remache Yépez**

**RIOBAMBA- ECUADOR**

**2013**  
**CERTIFICACIÓN**

La presente investigación fue revisada y se autoriza su presentación.

---

Ing. Maribel Vallejo Chávez.  
DIRECTORA DE TESIS

## CERTIFICACIÓN

El Tribunal de Tesis certifica que el trabajo de investigación titulado: **“ESTUDIO DEFACTIBILIDAD DE UN SERVICIO DE CATERING Y ORGANIZACIÓN DE EVENTOS EN EL CANTÓN COLTA DURANTE EL PERIODO 2012-2013”**, de responsabilidad de la señorita egresada SILVIA ISABEL REMACHE YEPEZ; ha sido prolijamente revisado, quedando autorizada su publicación.

Ing. Maribel Vallejo Ch.  
**DIRECTORA DE TESIS**

---

Lic. Pedro Badillo A.  
**MIEMBRO DE TESIS**

---

Riobamba, 25 de julio del 2013

## AGRADECIMIENTO

A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Salud Pública, Escuela de Gastronomía por todos estos años de cobijo y enseñanza, la cual abrió sus puertas, preparándome para un futuro competitivo y formándome como persona de bien.

A la Ing. Maribel Vallejo Ch. Directora de Tesis también al Lic. Pedro Badillo A. Miembro de Tesis por su apoyo y confianza en mi trabajo para guiar mis ideas que ha sido invaluable.

A la Escuela Superior Militar de Aviación "Cosme Renella B." en especial al personal del Área de cocina por la gentileza de facilitarme sus instalaciones para realizar mis pasantías pre profesionales.

## DEDICATORIA

Le dedico primeramente mi trabajo a Dios fue el creador de todas las cosas, el que me ha dado fortaleza para continuar cuando a punto de caer he estado; por ello, con toda la humildad que de mi corazón puede emanar.

De igual forma, a mis Padres, a quien le debo toda mi vida, les agradezco el cariño y su comprensión, a ustedes quienes han sabido formarme con buenos sentimientos, hábitos y valores, lo cual me ha ayudado a salir adelante buscando siempre el mejor camino, en especial a mi hija que con su existencia ha sido una luz en el transcurso del camino y me ha dado la fuerza necesaria para lograr lo deseado.

A mis maestros, gracias por su tiempo, por su apoyo así como por la sabiduría que me transmitieron en el desarrollo de mi formación profesional, por haber guiado el desarrollo de este trabajo y llegar a la culminación del mismo.

## RESUMEN

El presente estudio tiene como objetivo Evaluar la factibilidad para la implementación de un servicio de catering y organización de eventos en el cantón Colta. Para la investigación de mercado y marketing se recopiló información a través de la aplicación de una encuesta, obteniendo los siguientes resultados; el 81% manifestaron que al realizar un evento contrataran este servicio, el 50% están dispuestos a cancelar un valor de \$8,00 por pax, el 56% opinan que la característica al realizar un evento es la calidad de la comida, al 100% de las personas les gustaría que se implemente un establecimiento destinado a ofrecer servicios de catering y eventos; el plan de empresa se lo definió a través de los aspectos: en el estudio técnico se definieron los menús, los procesos de producción, la capacidad de producción, en el jurídico mercantil se estableció la forma jurídica y legal del proyecto, los respectivos requisitos y trámites legales para su constitución y funcionamiento, las estrategias de marketing se desarrolló el marketing Mix, en la gestión del talento humano se estableció un sistema de organización para la conformación del talento humano asignado puestos y funciones, y aspecto económico financiero se determinó que el proyecto es viable; obteniéndose un VAN de \$19135,85, TIR con el 23%, PRI con 3 años de recuperación, Relación B / C con \$1,50 , Punto de equilibrio con \$30943.09. Por lo tanto el proyecto es factible y viable.

## SUMMARY

It is important to provide a catering service for inhabitants and tourists in Colta canton to get a better development of this place. This research was carried out to evaluate the feasibility of implementing a catering service and event organization in that Canton. In order to research market and marketing the gathering information process was development by using a survey which was applied to a lot of people. Results showed that 81 % of them will contracts this service when planning an event: 50% of them will pay \$ 8 dollars for pax, 56% of them think that food is a good reason for using this service, 100 % of those people would like to have an establishment withcatering service and events. The enterprise plan was defined by means of the following aspects: using a technical study of menus, production process, and production capacity. Using the commercial law was also designed the project legal form, considering legal requirements and procedures for making up and running the business. Marketing strategies were developed by using marketing Mix. In human talent management, it was established an organization system to make up the human talent designing jobs and function. Theeconomic and financial factors determined that this project is feasible. It was obtained \$ 19,135.85 of VAN, 23% of TIR, three years to recover PRI, \$ 1.50 with relationship B/C, \$ 30,943.09 of balance point. It is recommended to provide good quality food in accordance with sanitation and legal rules when developing any event.

## Contenido

I.	INTRODUCCIÓN .....	1
II.	OBJETIVOS .....	2
	a. GENERAL .....	2
	b. ESPECIFICOS .....	2
III.	MARCO TEORICO .....	3
	1. COLTA .....	3
	1.1. Cantón Colta .....	3
	1.2. Ubicación geográfica.....	3
	1.3. Infraestructura social.....	4
	1.4. Calendario Festivo .....	4
	1.5. Gastronomía .....	4
	2. FACTIBILIDAD .....	4
	2.1. Estudio Técnico .....	4
	2.1.1. Tamaño de la Empresa .....	5
	2.1.2. Capacidad de producción.....	6
	2.1.3. Inventario.....	7
	2.1.5. Proceso de producción del bien .....	8
	2.1.6. Mano de obra .....	9
	2.1.7. Presupuesto .....	9
	2.2. Estudio de Mercado .....	11
	2.2.1. Análisis del consumidor.....	11
	2.2.2. Análisis de la competencia.....	11
	2.2.3. Estrategia .....	12
	2.2.4. Producto .....	12
	2.2.5. Precio .....	13
	2.3. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL.....	14
	2.3.1. Planeación estratégica .....	14
	2.3.2. Organigramas.....	15
	2.3.3. Planificación de los recursos humanos .....	15
	2.3.4. Marco legal y fiscal.....	15
	2.3.5. Aspecto laboral.....	16



2.3.6.	Aspecto ecológico. ....	16
2.4.	ESTUDIO FINANCIERO .....	16
2.4.1.	Tipos de inversión .....	16
2.4.2.	Costos de producción y Gastos.....	18
2.4.3.	Clasificación de costos y gastos.....	18
2.4.4.	Ingresos .....	19
2.4.5.	Estados financieros .....	19
2.4.6.	Fuentes de financiamiento del proyecto .....	20
3.	CATERING .....	21
3.1.	Definición .....	21
3.1.1.	Menú, Consideraciones generales .....	23
3.1.2.	Servicio de catering infantil.....	24
3.1.3.	Catering según cada fiesta o evento .....	24
3.1.4.	Ventajas de catering.....	25
3.2.	EL SERVICIO. ....	26
3.2.1.	Elementos consecutivos del servicio.....	26
3.2.2.	Principios del servicio .....	27
3.2.3.	Tipos de servicios.....	28
4.	ORGANIZACIÓN DE EVENTOS.....	29
4.1.	ORGANIZACIÓN DE EVENTOS .....	29
4.1.1.	Tipos de eventos .....	31
4.1.2.	El Comité Organizador .....	36
4.1.3.	Cuándo, Cómo, Dónde.....	37
4.1.4.	El Material impreso, Promoción, Equipos.....	39
4.1.5.	Estimación de gastos .....	41
IV.	METODOLOGIA .....	41
a.	LOCALIZACION Y TEMPORIZACION .....	41
b.	TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACION.....	42
c.	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	43
d.	DESCRIPCION DE PROCEDIMIENTOS .....	44
i.	Investigación de Mercado y Marketing.....	44
ii.	Plan de Empresa .....	45

1.	Aspectos técnicos .....	45
2.	Aspectos Jurídicos – Mercantiles.....	45
3.	Estrategias de marketing .....	46
4.	Gestión el talento Humano.....	48
5.	Aspectos Económico – Financieros .....	48
6.	Aspectos ambientales.....	48
V.	RESULTADOS Y DISCUSION.....	49
a.	PRESENTACIÓN, TABULACIÓN Y ANÁLISIS.....	49
i.	Presentación, Tabulación y Análisis de los datos obtenidos en la investigación de mercado y Marketing.....	49
ii.	Discusión .....	57
VI.	CONCLUSIONES .....	59
VII.	RECOMENDACIONES .....	60
VIII.	PLAN DE EMPRESA .....	61
a.	ASPECTOS TECNICOS .....	61
i.	Determinación del tamaño de la empresa.....	61
ii.	Capacidad de Producción .....	61
iii.	Localización .....	62
iv.	Proceso de producción del bien.....	63
v.	Viabilidad técnica .....	110
b.	ASPECTOS JURÍDICOS – MERCANTILES .....	115
i.	Forma Jurídica elegida para el proyecto .....	115
ii.	Requisitos legales para su apertura y funcionamiento (trámites, permisos, y demás) .....	115
iii.	Derechos, Deberes, y Obligaciones legales de la empresa.....	117
iv.	Gastos de constitución.....	117
c.	ESTRATEGIAS DE MARKETING .....	118
i.	Producto / Servicio .....	118
ii.	Precio.....	122
iii.	Distribución .....	126
iv.	Plan de comunicación.....	126
v.	Estrategias de mercado .....	127
vi.	Competencia.....	127

d.	GESTION DEL TALENTO HUMANO .....	128
i.	Determinación del Talento Humano .....	128
ii.	Descripción de los puestos de trabajo .....	128
iii.	Perfil de los trabajadores .....	128
iv.	Costes salariales.....	133
v.	Organización de la empresa .....	136
vi.	Programa Operativo.....	136
vii.	Organigrama empresarial .....	136
viii.	Selección y contratación del Talento Humano .....	137
e.	ASPECTOS ECONÓMICO – FINANCIEROS .....	141
i.	Objetivos Empresariales .....	141
1.	Corto plazo.....	141
2.	Mediano plazo.....	141
3.	Largo plazo .....	141
ii.	Estructura del Balance .....	141
1.	Balance general .....	142
1.1.	Capital de Trabajo.....	142
1.2.	Activos Fijos.....	143
1.3.	Gastos.....	144
1.4.	Depreciación de activos Fijos .....	145
1.5.	Amortizaciones de activos diferidos .....	147
2.	TABLA DE AMORTIZACION DE LA DEUDA .....	147
3.	Estado de Resultados.....	150
5.	Cuadro Determinacion de los Flujos Netos del Efectivo .....	154
6.	Viabilidad Financiera.....	155
f.	ASPECTOS AMBIENTALES.....	159
i.	Impacto Ambiental del proyecto.....	159
ii.	Acciones remediales.....	159
IX.	BIBLIOGRAFIA .....	162
X.	ANEXOS .....	164

## INDICE DE CUADROS

Cuadro 1	Segmento	50
Cuadro 2	Conocimiento acerca del catering y organización de eventos	51
Cuadro 3	Competencia	52
Cuadro 4	Contrato de servicios	53
Cuadro 5	Precios	54
Cuadro 6	Características de un evento	55
Cuadro 7	Medios de comunicación	56
Cuadro 8	Aceptabilidad	57
Cuadro 9	Capacidad de Producción en función a la Demanda	61
Cuadro 10	Horarios del personal	62
Cuadro 11	Menús para adultos	63
Cuadro 12	Menús para niños	63
Cuadro 13	Menús para vegetarianos	64
Cuadro 14	Equipos de cocina	111
Cuadro 15	Menaje y vajilla	111
Cuadro 16	Suministros de limpieza	112
Cuadro 17	Requerimiento de uniformes	113
Cuadro 18	Presupuesto total área de cocina	113
Cuadro 19	Costos servicios básicos	113
Cuadro 20	Costos de alquiler: mesas, sillas, mantelería	113
Cuadro 21	Costo materia prima menú 3 adultos	114
Cuadro 22	Gastos de constitución	118
Cuadro 23	Descripción de la marca	119
Cuadro 24	Precio menús para adultos	123
Cuadro 25	Precio menús para niños	124
Cuadro 26	Precio menús para vegetarianos	124
Cuadro 27	Precios finales de venta	124
Cuadro 28	Gastos de publicidad	125
Cuadro 29	Descuentos de acuerdo a la cantidad de pax	126
Cuadro 30	Comparación con la competencia	127
Cuadro 31	Ficha del gerente	128
Cuadro 32	Ficha del contador	129
Cuadro 33	Ficha del chef	130
Cuadro 34	Ficha del ayudante de cocina	131
Cuadro 35	Ficha del mesero	132
Cuadro 36	Mano de obra directa	133
Cuadro 37	Mano de obra indirecta	133
Cuadro 38	Costes salariales. Mano de obra directa	134
Cuadro 39	Costes salariales. Mano de obra indirecta	134
Cuadro 40	Gastos de recursos, selección y contratación del talento humano	137

Cuadro 41	Equipo de cómputo	137
Cuadro 42	Muebles y enseres	137
Cuadro 43	Suministros de oficina	138
Cuadro 44	Suministros de limpieza	138
Cuadro 45	Total activos fijos área administrativa	138
Cuadro 46	Costo total de los gastos de investigación	139
Cuadro 47	Capital de Trabajo	141
Cuadro 48	Activos fijos	143
Cuadro 49	Activo diferido	144
Cuadro 50	Depreciación de activos fijos	145
Cuadro 51	Amortizaciones de activos diferidos	146
Cuadro 52	Tabla de amortización de la deuda	147
Cuadro 53	Presupuesto de ingresos	147
Cuadro 54	Gastos administrativos	148
Cuadro 55	Gastos ventas	148
Cuadro 56	Gastos financieros	148
Cuadro 57	Proyección del estado de pérdidas y ganancias	150
Cuadro 58	costos fijos	151
Cuadro 59	costos variables	151
Cuadro 60	Determinación de los Flujos Netos del Efectivo	152
Cuadro 61	Calculo del TIR	154
Cuadro 62	Calculo del PRI	155
Cuadro 63	Relación Beneficio / Costo	155

## INDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1	Segmento	50
Gráfico 2	Conocimiento acerca del catering y organización de eventos	51
Gráfico 3	Competencia	52
Gráfico 4	Contrato de servicios	53
Gráfico 5	Precios	54
Gráfico 6	Características de un evento	55
Gráfico 7	Medios de comunicación	56
Gráfico 8	Aceptabilidad	57



## **I. INTRODUCCIÓN**

En un mundo ampliamente globalizado donde cada día la competencia es mayor las necesidades de las personas y sus exigencias se han ido incrementando por esta razón las empresas como el Catering que supone la atención y oferta de un variado conjunto de alimentos en situaciones excepcionales como suelen ser los eventos, consta de alimentos pequeños y fáciles de consumir, así como también puede componerse de platos de gran elaboración y que deben ser acompañados por bebidas y guarniciones apropiadas. En ciudades grandes el costo de estos servicios son muy elevados y no todas las personas tienen acceso.

Debido a esto se ha encontrado la necesidad de crear un servicio de catering y organización de eventos identificando las necesidades que requiere la población del cantón Colta, por esta razón se propone no solamente realizar la preparación de alimentos, sino también el de organizar un evento de acuerdo a las exigencias y posibilidades de las personas además impulsar y contribuir con la difusión y promoción de nuestro cantón tanto a los turistas nacionales como extranjeros.

De esta manera lograremos ser los pioneros en lo que se refiere a catering y organización de eventos y tener la satisfacción de que no ganamos solo nosotros sino también damos una visión diferente de nuestro cantón y así poder convertirnos en una fuente de trabajo y sacar al éxito a nuestra empresa.



## **II. OBJETIVOS**

### **a. GENERAL**

- Evaluar la factibilidad para la implementación de un servicio de catering y organización de eventos en el cantón Colta durante el periodo (2012-2013)

### **b. ESPECIFICOS**

- Elaborar el estudio de mercado que permite identificar la Demanda Insatisfecha, Marketing Mix, Segmentación y sus Componentes
- Determinar el Plan de Empresa que requiere el presente proyecto
- Demostrar la viabilidad del proyecto

### **III. MARCO TEORICO**

#### **1. COLTA**

##### **1.1. Cantón Colta**

Colta es un cantón de la Provincia de Chimborazo en el Ecuador. Se sitúa en una altitud promedio de 3.212 msnm. La temperatura media es de 12 °C. Su proximidad a la ciudad de Riobamba, está a solo 18 km, hace de ella una ciudad turística importante.

##### **1.2. Ubicación geográfica**

El Cantón Colta tiene como cabecera cantonal la ciudad de Cajabamba, asentada en lo que fue la antigua ciudad de Riobamba, a los pies del histórico cerro Cullca y al norte de los que fue la antigua Liribamba; formada por las cuencas de los ríos Cicalpa y Cajabamba.

El clima del cantón es frío - seco, la temperatura oscila entre 12 °C aunque en las estribaciones de la Cordillera Occidental, hacia la costa el clima varia notablemente dando temperaturas hasta de 21 °C. La época de lluvia va desde mediados de septiembre hasta mediados de enero.

Sus principales cultivos son: papas, cebada, trigo, habas, chochos, arveja, toda clase de hortalizas; en el clima cálido se cultiva maíz, frutas, pastizales, etc. Eneste cantón, hay buenos criaderos de ganado bovino, ovino, aves de corral y variedad de animales silvestres, hay minas de piedra caliza, caolín y arena.

### **1.3. Infraestructura social**

El Cantón Colta cuenta con una carretera principal que es la Panamericana que atraviesa de norte a sur. Además cuenta con caminos vecinales a las diferentes parroquias.

### **1.4. Calendario Festivo**

Las principales son: Fecha 19, 20,21 de enero Festividades de San Sebastián, febrero o marzo Carnaval de Colta, marzo o Abril Semana Santa, 2 de agosto. Aniversario de Cantonización, todo el mes de agosto Festividades de la Virgen de las Nieves de Cicalpa, 7 a 8 de septiembre Festividades de Virgen María Natividad de Balbanera, 24 de diciembre festividades de Navidad.

### **1.5. Gastronomía**

Entre los principales platos tenemos: Colada de habas, sopa de granos, sopa de fideos con carne, granos con carne, locros papas, maíz tostado, habas tostadas o cocidas, papas coloradas con achiote, arroz de cebada de sal o con leche y dulce que se consumen en casa.

En las fiestas se degustan: papas con cuy, locro de cuy, yaguarlocro, papas con carne de borrego, caldo de mondongo, caldo de gallina, caldo de morcilla, papas con cuero, especialmente el hornado con papas y mote, chicharrón con mote, fritada, chicha de jora que también se ofrece en las mingas.

## **2. FACTIBILIDAD**

### **2.1. Estudio Técnico**

Sirve para hacer un análisis del proceso de producción de un bien o la prestación de un servicio. Incluye aspectos como: materias primas, mano de obra,

maquinaria necesaria, plan de manufactura, inversión requerida, tamaño y localización de las instalaciones, forma en que se organizará la empresa y costos de inversión y operación.

### **2.1.1. Tamaño de la Empresa**

El espacio físico, o sea el local o planta, es donde se encuentran las máquinas, las herramientas, las materias primas y las personas que trabajan para elaborar un producto determinado. Es necesario tomar en cuenta todos los factores mencionados anteriormente para poder determinar el tamaño de la planta y así trabajar de una forma organizada y eficiente

También se deben tomar en cuenta:

- Cuántas unidades va a producir.
- La cantidad de materias primas que va a almacenar.
- De cuánto dinero dispone para pagar un local con la mayor comodidad y seguridad económica.
- El número de personas que van a trabajar allí.

Al momento de saber cuánto espacio se necesita, se debe diseñar cómo va a ser distribuida la planta.

Una buena distribución de la planta es la que brinda condiciones de trabajo cómodas y permite que el proceso de producción sea más barato, y que al mismo tiempo de seguridad y bienestar a los empleados.

La distribución va a depender de:

- El tipo de producto, ya sea un bien o servicio.

- El proceso de producción: se debe tomar en cuenta el flujo del proceso ubicar el equipo de acuerdo al orden de las actividades.
- El volumen de producción: ya sea alto o bajo.

### **2.1.2. Capacidad de producción**

Para elaborar un producto se requieren materiales, elementos o partes, éstos se conocen como materias primas.

Es importante que saber cuánta materia prima necesita para hacer cierta cantidad de producto en un período determinado.

Las personas que venden la materia prima que necesita son proveedores. Se debe averiguar si hay proveedores en el país de lo que se necesita o de lo contrario buscarlos en otro lugar. Cualquiera que sea el proveedor, asegurarse que los materiales sean de buena calidad y a buenos precios, que le den facilidades de pago, y que sean puntuales en la entrega del material.

Además se puede tener una producción que sea variable o constante:

Variable: Existen productos que necesitan un mayor volumen de producción en ciertos períodos del año, por ejemplo, un productor de rompopo debe producir todo el año, pero debe producir aún más en la época navideña, ya que para estas fechas la demanda es mayor.

Constante: Existen productos que tienen una producción estable durante todo el año; y por lo tanto, no es aumentar o disminuir la producción.

Al tener definido que tipo de producción va a tener, es necesario tomar los siguientes tres factores en consideración.

- El número de personas que necesita contratar.
- La cantidad de horas de trabajo para cada empleado.
- El número de días a la semana que cada empleado trabajará.

### **2.1.3. Inventario**

El inventario es cualquier producto o material almacenado. Éste puede ser M.P.

Producto en proceso (el producto que aún no se termina de fabricar)

Producto terminado (el que está listo para ser vendido)

Repuestos para la maquinaria

El inventario sirve para:

Estar preparado para los pedidos de los clientes, para no atrasarse en la producción por falta de material y aprovechar los descuentos que hacen los proveedores cuando se compra en cantidades grandes.

### **2.1.4. Localización**

Para poder decidir en qué lugar se va a ubicar la planta se deben seguir los siguientes pasos, ya sea si se ha decidido que va a construir un local nuevo o rentar alguno:

Determinar lo que se necesitará de un edificio, según:

- Mano de obra (costo y disponibilidad)
- Cercanía a las materias primas, a los proveedores y a los consumidores.
- Reglamentos y condiciones ambientales.
- Costo del lugar , facilidad de acceso
- Existencia de servicios básicos (gas, electricidad, agua)

Hacer una lista de los posibles locales, rechazando aquellos que no satisfagan los factores más importantes para la empresa, evaluar la lista de los locales para ver cuál es el más conveniente y seleccionar el local más conveniente

#### **2.1.5. Proceso de producción del bien**

Esto lo puede saber haciendo un detalle del proceso de producción, este proceso son todas las actividades que se llevan a cabo para hacer un producto o prestar un servicio. Para realizar este proceso debe hacer lo siguiente:

1. Organizar esas actividades en el orden en que se tienen que hacer.
2. Anotar cuánto tiempo (horas o minutos) se tarda en hacer cada actividad.

Este proceso se puede mostrar por medio de un esquema o dibujo conocido como diagrama de flujo de proceso.

Además de la materia prima, se va a necesitar maquinaria, equipo y mobiliario para poder hacer el producto. Un ejemplo de maquinaria puede ser: horno eléctrico, balanzas, refrigeradores, etc. son el equipo. El mobiliario serían escritorios, sillas, mesas, teléfono, etc.

Al momento de la compra de éstos, se debe tomar en cuenta:

- A quién se los va a comprar
- Cuánto le va a costar comprarlos y que se los instalen
- El tamaño y la capacidad
- Cuántas personas se necesitan para hacerlos funcionar
- Costo de mantenimiento y existencia de repuestos en el país
- Consumo de energía eléctrica

### 2.1.6. Mano de obra

Para hacer el producto es necesario de personas que con su trabajo transformen la materia prima en un producto, a éstos se les llama mano de obra.

La mano de obra se puede dividir en:

a) **Mano de Obra Directa:** son las personas que intervienen directamente en la transformación de la materia prima, por ejemplo, en una panadería, sería la persona que está haciendo la masa para el pan.

b) **Mano de Obra Indirecta:** son los que no intervienen directamente en la transformación de las materias primas. Por ejemplo, un vigilante o un supervisor.

Al elegir la mano de obra para la empresa debe definir las características que la persona debe poseer para desempeñar su trabajo, como por ejemplo: saber leer y escribir, ver bien, ser fuerte, tener experiencia anterior, etc. Muchas veces puede que se necesite mandar a los empleados a que reciban cierto entrenamiento, educación o capacitación, para poder desempeñarse mejor.

Para saber qué tiene que hacer cada empleado se debe elaborar una descripción de los cargos, para que cada empleado tenga claro cómo, cuándo y qué tiene que hacer en su trabajo.

Para que los empleados sepan a quién deben rendir cuentas es necesario hacer un dibujo o gráfica donde aparece el cargo que desempeña cada empleado, esto se conoce como Organigrama.

### 2.1.7. Presupuesto



Al momento de tener todo listo, lo único que falta para establecer la empresa es saber cuánto va a costar.

Para esto, se debe hacer un plan en el que incluya todos los costos en los cuales va a incurrir, a esto se le denomina “plan de manufactura”. El plan debe incluir aspectos como:

**Inversión Fija:** Estos tipos de costos son todos aquellos como infraestructura, terrenos, maquinaria, equipo y mobiliario necesario para iniciar las operaciones de la empresa.

**Costos de Operación:** Son todos los gastos en que la empresa incurrirá para su funcionamiento normal, es decir, todo el dinero que necesita para comenzar la producción.

**Impacto Ambiental:** Al momento de iniciar una empresa, se debe analizar el impacto que esta podría causar al medio ambiente. Se deben seguir los reglamentos que el gobierno imponga en el uso de los recursos.

**Otros gastos como costos Diferidos:**

Son los que se dan antes de comenzar la ejecución del proyecto. Algunos de estos costos son: Estudios de factibilidad, planos y especificaciones, gastos legales y tramites, gastos de constitución, capacitación, publicidad y mercadeo, intereses preoperativos, pagos y depósitos anticipados, regalías, marcas y patentes, documentos de licitación, entre otros.

### **Costos de Arranque:**

Son todos aquellos gastos en los que se incurre para y al momento de iniciar operaciones, estos costos incluyen: Mano de obra, caja y bancos, pago de servicios públicos y privados, materia prima e insumos.

## **2.2. Estudio de Mercado**

El estudio de mercado consiste en una iniciativa empresarial con el fin de hacerse una idea sobre la viabilidad comercial de una actividad económica. El estudio de mercado consta de 3 grandes análisis:

### **2.2.1. Análisis del consumidor**

Estudia el comportamiento de los consumidores para detectar sus necesidades de consumo y la forma de satisfacerlas, averiguar sus hábitos de compra (lugares, momentos, preferencias...), etc. Su objetivo final es aportar datos que permitan mejorar las técnicas de mercado para la venta de un producto o de una serie de productos que cubran la demanda no satisfecha de los consumidores.

### **2.2.2. Análisis de la competencia**

Estudia el conjunto de empresas con las que se comparte el mercado del mismo producto.

Para realizar un estudio de la competencia es necesario establecer quienes son los competidores, cuántos son y sus respectivas ventajas competitivas. El plan de negocios podría incluir una plantilla con los competidores más importantes y el análisis de algunos puntos como: marca, descripción del producto o

servicio, precios, estructura, procesos, recursos humanos, costes, tecnología, imagen, proveedores, entre otros.

El benchmarking o plantilla permite establecer los estándares de la industria así como las ventajas competitivas de cada empresa. A partir de esta evaluación, se determinará si es factible convivir con la competencia y si es necesario neutralizarla o si un competidor puede transformarse en socio a través de fusión, jointventures o alianzas estratégicas.

### **2.2.3. Estrategia**

Concepto breve pero imprescindible que marcará el rumbo de la empresa. Basándose en los objetivos, recursos y estudios del mercado y de la competencia debe definirse una estrategia que sea la más adecuada para la nueva empresa. Toda empresa deberá optar por dos estrategias posibles:

#### **Liderazgo en costo:**

Consiste en mantenerse competitivo a través de aventajar a la competencia en materia de costos.

**Diferenciación:** Consiste en crear un valor agregado sobre el producto ofrecido para que este sea percibido en el mercado como único: diseño, imagen, atención a clientes, entrega a domicilio.

### **2.2.4. Producto**

Un producto es cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para satisfacer un deseo o una necesidad. El producto es parte de la mezcla de

marketing de la empresa, junto al precio, distribución y promoción, lo que conforman las 4 P (Producto. Promoción, Precio, Place

Se entiende por producto a:

- Bienes o productos físicos: son todos los elementos tangibles.
- Servicios: son intangibles, son inseparables (se producen y consumen al mismo tiempo), son variables y son indurables.
- Personas: se aplica a los profesionales de distintas áreas, por ej: actores.
- Lugares: como ciudades, países; parques o determinadas áreas geográficas.
- Instituciones: por ejemplo universidades, fundaciones, empresas (no sus bienes o servicios), etc.
- Ideas: abarca a proyectos de negocios, proyectos sociales, hasta proyectos internos dentro de una organización, también se comunican y venden.

### **2.2.5. Precio**

Generalmente se denomina precio al pago o recompensa asignado a la obtención de un bien o servicio o, más en general, una mercancía cualquiera. En el desarrollo de la economía ha habido debate prolongado acerca de la relación entre el precio y el valor. Originalmente, la escuela clásica consideraba que el precio dependía directamente del valor, entendido como la cantidad de trabajo encapsulada en la producción de una mercancía dada . Posteriormente, a partir del trabajo de los marginalistas, se llegó a concebir que el precio dependa de la utilidad que cada individuo asigna al bien o servicio en cuestión.

A lo largo del tiempo los precios pueden crecer (inflación) o decrecer (deflación). Estas variaciones se determinan mediante el cálculo del índice de precios,

existiendo varios como el denominado Índice de Precios al Consumidor (IPC), el Índice de Precios Industriales (IPI).

### **2.3. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL**

El estudio administrativo consiste en determinar la organización que la empresa para su establecimiento.

Así tendrá presente la planificación estratégica, estructura organizacional, legalidad, fiscalidad, aspectos laborales, fuentes y métodos de reclutamiento, etc. Se trata de realizar un análisis para la obtención de la información pertinente para determinar los aspectos organizacionales del proyecto, procedimientos administrativos, laborales, aspectos legales, ecológicos, fiscales.

#### **Elementos**

Los elementos que encontramos en un estudio administrativo para el desarrollo en un proyecto de inversión serán:

##### **2.3.1. Planeación estratégica**

Debe identificar hacia dónde va la empresa, su crecimiento, según las tendencias del mercado, economía y sociedad.

Debe tener una misión que identifique propósitos organizacionales con la exigencia social y que sirva de fundamento para tomar decisiones. La visión de la empresa debe identificar las metas, con lo que le dará certidumbre al negocio y por tanto sus líderes podrán establecer nuevos retos. El empresario debe establecer objetivos, guías cualitativas que lo lleven a lograr los resultados.

Las políticas definirán el área de trabajo para la toma de decisiones, aunque no dan la decisión en sí, sino lineamientos. La política la establece el dueño de la empresa y pueden ser, según Anzola, 2002: originadas, internas, externas y jerárquicas.

Las estrategias, según Rodríguez, 2000, dan el programa general de acción, definición de la meta, los esfuerzos y recursos encaminados hacia el logro de unos objetivos generales y ejecutar así la misión de la organización.

El análisis es una herramienta para ver pasos y acciones en un futuro. Se logra mediante el estudio del trabajo desempeñado en el presente, interior de la empresa, marcando posibles evoluciones para el éxito y permite que la gerencia reflexione y tenga mejor conocimiento de la organización.

### **2.3.2. Organigramas**

Son recuadros que representan los puestos de la organización y sus niveles jerárquicos, líneas, autoridad y responsabilidad. Deben tener claridad y procurar no anotar nombre de quienes ocupan los puestos, no deben ser extensos ni complicados.

### **2.3.3. Planificación de los recursos humanos**

Una vez realizado el organigrama se deben definir los puestos, lo que dará claridad a la administración del proyecto, son las personas quienes ejecutarán el trabajo para lograr lo que la empresa tenga marcado como objetivos empresariales.

### **2.3.4. Marco legal y fiscal**

Atiende a la personalidad jurídica de la empresa según lo cual articulará su legislación y fiscalidad, en base al Código Mercantil y la Ley General de Sociedades Mercantiles, además de la legislación tributaria competente.

#### **2.3.5. Aspecto laboral.**

Atiende al contrato de trabajo y al reglamento de régimen interior.

#### **2.3.6. Aspecto ecológico.**

Considerar el compromiso ecológico que las empresa deben adquirir en su actividad.

### **2.4. ESTUDIO FINANCIERO**

El estudio financiero tiene por objetivo determinar cual es el monto de los recursos económicos necesarios para la ejecución del proyecto, y los costos totales de operación del proceso productivo y el monto de los ingresos que se aspira recibir en cada uno de los periodos de vida útil. Los datos que son registrados en los componentes del estudio financiero, son el resultado de los estudios previos de mercado, técnico y organizacional, los cuales van a ser utilizados para determinar la viabilidad económica del proyecto.

Este estudio se desarrolla solamente cuando existe un mercado potencial que el proyecto aspira cubrir, y cuando tecnológicamente ha sido determinado factible. Básicamente éste parte de la formulación de un proyecto que se inicia con el cálculo de las inversiones queridas y que están contempladas en la etapa de instalación o ejecución.

#### **2.4.1. Tipos de inversión**

Están clasificadas en tres categorías a saber:

- **Inversiones fijas:** Se caracterizan por ser depreciables, excepto el terreno cuando este no va a ser utilizado como factor central de explotación de recursos naturales. Algunos de los principales rubros que componen la inversión fija son el terreno, construcciones civiles, maquinaria, equipo y otros.
- **Inversiones diferidas:** Son aquellos gastos que se realizan antes de iniciar la operación de la empresa, como estudios previos, gastos de constitución, interés en el periodo preoperativo, cuando haya financiamiento, los cuales se amortizan en el periodo de operación del proyecto.
- **Capital de trabajo:** Tiene como objetivo fundamental garantizar el normal funcionamiento del proyecto o empresa. Está en función del efectivo requerido para cumplir gastos de nómina, la necesidad de inventario de materia prima e insumos, y también esta en función de la cartera, de acuerdo al porcentaje de ventas a crédito.

Para la estimación del capital de trabajo se propone utilizar el método del ciclo productivo, que consiste en establecer el monto de los costos operacionales, que se deben financiar desde el momento en que se hace la primera compra de insumos o materia prima, hasta el momento en que se recibe el pago por la venta del producto y que queda disponible para financiar el siguiente ciclo productivo.

Su estimación se obtiene utilizando la siguiente fórmula:

$$OCT = CO (COPP)$$

Donde ICT = Inversión en capital de trabajo



CO = Ciclo productivo (en días)

COPP = Costo de operación promedio diario

Se puede calcular el costo de operación mensual o anual y se divide por el número de días correspondiente.

#### **2.4.2. Costos de producción y Gastos**

Los primeros son reparticiones asociadas directamente con la adquisición o la producción de un bien o servicio, los segundos representan salidas de recursos que no están directamente asociados a la producción.

Los costos de producción se han clasificado para su manejo y de acuerdo al volumen de producción en costos variables y fijos.

- **Los costos variables:** Son aquellos que su monto cambia dependiendo del volumen de producción, pero manteniendo constante el costo unitario en materiales directos y mano de obra o servicios.
- **Los costos fijos:** Son aquellos donde el valor pertenece constante, y no dependen del volumen de producción por lo general se refiere al mantenimiento de edificios, depreciación, impuestos, arrendamiento, etc.

#### **2.4.3. Clasificación de costos y gastos**

- **Costos de fabricación:** Son aquellos que se vinculan directamente con la elaboración del producto o la prestación del servicio, por ejemplo materia prima, mano de obra indirecta, otros gastos indirectos como la depreciación,

mantenimiento, servicios, seguros de fábrica e impuestos o amortización de diferidos de fabrica.

➤ **Gastos de administración:** Sueldos y prestaciones, depreciaciones, amortización, seguros e impuestos.

➤ **Gastos de ventas:** Se refiere a gastos de comercialización como sueldos y comisiones de ventas, gastos de representaciones, y gastos de publicidad. También están los gastos de distribución como sueldos de conductores de vehículos re reparto, fletes, empaques y envases.

➤ **Costos financieros:** Corresponde a los gastos que deben hacerse por el uso de capital de crédito como intereses y estudios de crédito.

Gastos generales: Están incluidos especialmente los arrendamientos, papelería, cafetería, elementos de aseo, servicios públicos básicos, etc.

#### **2.4.4. Ingresos**

Están representados por la venta del producto o la prestación del servicio, o por la venta de activos depreciados, o también por los rendimientos financieros en una inversión.

La estimación de los ingresos esta basada en la información del estudio de mercado, especialmente en el comportamiento de las ventas de producto o servicios, de los precios, de las condiciones de crédito y políticas de descuento por volumen y pronto pago.

#### **2.4.5. Estados financieros**

Son reportes de contabilidad que muestran a una fecha determinada la situación financiera de una empresa, así como los resultados de las operaciones de un periodo.

Los estados financieros se clasifican en dos tipos:

➤ **Estáticos:**

Son aquellos que muestran la situación financiera de una empresa, en este caso del proyecto a una fecha determinada, el principal de estos estados es el balance general.

➤ **Dinámicos:**

Son aquellos que se elaboran dentro del periodo, y el principal de estos es el estado de resultados, ganancias o pérdidas, el cual muestra la relación de las ventas o ingresos, frente a los costos y gastos que se generaron en un periodo. Su diferencia representa la utilidad o pérdida obtenida. Este valor se traslada al balance general como utilidad o pérdida del ejercicio y hace parte del patrimonio del proyecto.

Estos dos estados financieros deben ser proyectados para los periodos en que está definido el horizonte del proyecto, y son la base para realizar la fase de evaluación financiera del proyecto.

#### **2.4.6. Fuentes de financiamiento del proyecto**

➤ **Fuentes internas:** Corresponden a la utilización de los dividendos no distribuidos, la depreciación y la venta de activos. Cuando es una empresa en

marcha, pero para un proyecto nuevo, son los aportes de los socios gestores con los que se cuenta.

➤ **Fuentes externas:** están compuestas por las acciones los bonos y el crédito de entidades financieras nacionales o extranjeras como establecimientos de crédito, entidades de servicios financieros, inversionistas institucionales, fondos financieros, etc.

### **3. CATERING**

#### **3.1. Definición**

La palabra catering viene del verbo inglés 'tocater', que significa servir, atender. El catering es entonces el servicio que supone la atención y la oferta de un variado conjunto de alimentos en situaciones excepcionales como suelen ser los eventos, reuniones de trabajo, fiestas familiares, fiestas infantiles, convenciones de médicos, etc. Si bien esta palabra no es perteneciente al idioma español, se encuentra hoy en día aceptada al menos en el lenguaje informal y es de uso común.

El catering se compone por lo general de productos y alimentos de diversas características. Si bien en la mayoría de los casos el catering consta de alimentos pequeños y fáciles de consumir como canapés, fiambres, quesos, empanadas, sandwiches de miga, calentitos y demás, el servicio de catering también puede componerse de platos de gran elaboración que se sirven como en un restaurante y que deben ser acompañados por las bebidas y guarniciones apropiadas.

Dependiendo del tipo de alimento, de la cantidad de comensales, de los ingredientes necesarios y de la exclusividad de las recetas a preparar, el catering

puede variar su precio aunque normalmente los costos de tal servicio suelen ser elevados. La disposición del catering puede ser diferente también según cada caso, pero por lo general los alimentos que forman parte de un servicio de catering son dispuestos de manera llamativa para captar la atención de los comensales.

En algunos casos los salones de fiestas u hoteles y empresas del rubro proveen este servicio junto al alquiler de sus instalaciones; en otros casos hay empresas especializadas para elaborar y trasladar los alimentos al sitio que disponga el cliente. En el servicio se puede incluir desde la propia comida, la bebida, la mantelería y los cubiertos, hasta el servicio de cocineros, camareros y personal de limpieza posterior al evento.

Muchos eventos requieren de trabajo con un tema o de un esquema de color. Una empresa de catering o especialista se espera saber cómo preparar los alimentos y para que sea atractivo. Como, por ejemplo algunas empresas de catering se han movido hacia un servicio completo de modelo de negocio comúnmente asociados con los organizadores de eventos. Ellos se encargan de la preparación de alimentos, pero no sólo también decoraciones, tales como ajustes de la tabla y la iluminación.

La tendencia es hacia la satisfacción de los clientes todos los sentidos con la comida como un punto focal. Con la atmósfera correcta, el evento profesional de la hostelería con experiencia puede hacer un evento especial y memorable.

Una propuesta global, formal catering de servicio completo es probable que incluya los siguientes elementos:

### **3.1.1. Menú, Consideraciones generales**

Los clientes pueden tener específicos o necesidades dietéticas religiosas a considerar. éstos incluyen vegetarianos , veganos y alergia a los diferentes alimentos. Cada vez más, los clientes están interesados en la sostenibilidad y la inocuidad de los alimentos.

**Entremeses:** Es cualquier tipo de manjar colocado en la mesa que se los sirve a las personas antes de la comida principal como es: entrada, plato fuerte, postre y bebida.

En algunas ocasiones se puede servir un tipo de vino o a su vez diferentes tipos de vinos.

**Servicio de Comida:** Puede incluir mesas, sillas, pista de baile, vajilla, cubiertos, cristalería, personal de limpieza, cristalería, bar, servicio de equipos. Debe quedar claro si la mesa y la silla irán vestidas, es decir con manteles y cubresillas. La mayoría de las empresas de alquiler no se incluyen automáticamente la instalación y desmontaje de los precios de alquiler.

**Trabajo:** varía de un proveedor de servicio de comida, pero en términos generales, un evento que tendrá un líder capitán, un cocinero, tal vez un Chef o Ayudante de cocina, meseros. La mano de obra en una cena plateada es generalmente mucho mayor que la mano de obra en un buffet libre, porque una cena plateada implica el doble de trabajo. En pocas palabras, hay mucho más por hacer. Para hacerlo correctamente requiere de personal más o menos 10 a 50% más. En un gran evento, esto puede ser considerable, especialmente si las horas extraordinarias o Doubletime aplica.

### **3.1.2. Servicio de catering infantil**

El Servicio de Catering Infantil se basa en un concepto alegre de alimentos tradicionales ofrecidos en ferias populares a nivel nacional dependiendo de lo que el cliente requiera, en el cual se cuidan detalles como la buena presentación del alimento y la calidad del mismo, arreglo de la mesa, limpieza de equipos y juegos.

### **3.1.3. Catering según cada fiesta o evento**

Existen diferentes tipos de servicios de catering. Pero te contando lo básico de cada uno de ellos.

**Catering aperitivo:** su duración es de 15 a 30 minutos y se calculan dos bocados por persona.

**Catering cocktail:** El horario estimado de realización es de 11 a 13 o de 19 a 21 horas. Se calculan de quince a veinte bocados por personas; salados  $\frac{2}{3}$  y dulce  $\frac{1}{3}$ .

**Catering recepción:** su duración aproximada es de tres horas, su realización se efectúa a las 20 horas. Se calculan de dieciocho a veinte bocadillos por persona; salados  $\frac{2}{3}$  y dulce  $\frac{1}{3}$ .

**Catering recepción buffet:** su duración es de tres horas, el horario estimado es a las 20 horas. Se proveen variedades de platos fríos, calientes y guarniciones.

**Catering recepción, comida o banquete:** su duración es de seis a ocho horas (evento prolongado), su horario estimado es de 22 horas. Los bocados son seis

por persona para la recepción. Luego la cena: entrada, plato principal, postre, servicio de café, brindis, mesa de dulce y final de fiesta.

**Catering desayuno de trabajo:** puede ser continental o americano, se calculan tres a cinco piezas por hora.

**Catering brunch:** es la combinación del desayuno y el almuerzo, su horario estimado es a las 11 horas y su duración es de una hora y media.

**Catering vernissage:** se realiza en una inauguración de una muestra pictórica. Se ofrece champagne, vino y dos bocados por persona.

**Catering vino de honor:** su horario estimado es de 11.30 a 12.30 horas o de 18 a 19 horas. Se ofrecen vinos, dulces (oportos o jerez) y dos bocados por persona.

**Catering coffee break:** Se trata de un corte o recreo, su duración es de 15 a 30 minutos y se ofrece café, té jugos, bocaditos salados y dulces.

#### **3.1.4. Ventajas de catering**

Si su organización está planeando un almuerzo, un evento de gala o un té de la tarde, la restauración de contacto y la planificación de eventos. Es más que comida espectacular y un servicio impecable. Se trata de escuchar las risas de amigos y familiares disfrutando de una cena de Shabat íntima. Se trata de la apreciación de los clientes y los empleados que charlan en una recepción elegante. El servicio de catering está dedicado a llevar la alegría de la temporada para cada evento que atender.



El servicio de catering hay que ser conscientes de los detalles que hacen que una ocasión memorable y festivo para que en todo evento que se haga el servicio de catering los clientes e invitados se lleven una buena impresión.

- Ahorrar más tiempo y desplazamientos innecesarios
- Ofrece mejores alternativas del mercado.
- Optimiza el presupuesto al comprar cosas innecesarias
- Minimiza posibles problemas de la organización.(5)
- Es una idea innovadora

### **3.2. EL SERVICIO.**

El servicio es el conjunto de prestaciones netamente intangibles brindado por la persona encargado del restaurante o de algún evento en especial, esta a su vez debe ser cortés, amable, respetuoso y lo principal de toda regla de etiqueta: el cliente siempre tiene la razón por lo tanto debemos tener mucho cuidado al momento de tratar con personas o prestar servicios a cambio en algunas ocasiones el mesero recibe su remuneración por su buen servicio.

#### **3.2.1. Elementos consecutivos del servicio**

Los elementos fundamentales que constituyen el servicio son:

\*Las personas que lo prestan

\*Los materiales y equipos que los acompañan

\*Los procedimientos y métodos a seguir

\*Las materias primas utilizadas

El servicio tiene cierto grado de intangibilidad porque su prestación y consumo son simultáneos.

El anhelo de satisfacer a todos podría ser el camino más expedito para el fracaso. La calidad total en materia de servicio es el nivel de excelencia que la empresa ha escogido para satisfacer su clientela clave y la dimensión en que logra conseguirlo.

La amabilidad y gentileza son factores básicos en el servicio pero esto solo no basta, influyen otros aspectos como la prontitud, precisión de respuestas, respecto al cliente, concepto de honradez, calidad de materiales, entre otros, envuelven la verdadera calidad del servicio.

### **3.2.2. Principios del servicio.**

Los principios básicos del servicio son la subyacente de éste, que sirven para entenderlo y a su vez aplicarlo de la mejor manera para el aprovechamiento de sus beneficios por la empresa.

**Actitud de servicio:** Convicción íntima de que es un honor servir.

**Satisfacción del usuario:** Es la intención de vender satisfacción más que productos.

**Toda la actividad se sustenta sobre bases éticas:** es inmoral cobrar cuando no se ha dado nada ni se va a dar.

El buen servidor es quien dentro de la empresa se encuentra satisfecho, situación que lo estimula a servir con gusto a los clientes: pedir buenos servicios a quien se siente esclavizado, frustrado, explotado y respira hostilidad contra la propia empresa, es pedir lo imposible.

### **3.2.3. Tipos de servicios**

Al hablar de tipos de servicio, si nos remontamos a la Edad Media, ya existían referentes en cuanto a la forma de servir los alimentos, la uniformidad del “camarero” (en su forma actual) e, incluso, en el perfil que debía tener el personal que se dedicaba estos menesteres.

- Servicio emplatado o a la americana.- La característica de este tipo de servicio es emplatarse (colocar los alimentos, guarnición y salsa en un plato) desde la cocina y transportarlo al comedor, se sirve por la derecha del cliente.
- Servicio a la francesa.- Es el transporte del manjar desde la cocina, en fuente o platón, presentando por la izquierda del comensal y acercando los cubiertos de servicio para que disponga de los alimentos, no equitativamente en su plato.
- Servicio a la inglesa.- La diferencia estriba en que es el propio camarero quien reparte el manjar en el plato del comensal y de esta forma la distribución del producto es más equitativa.
- En gueridón.- se dispone el manjar en fuentes desde la cocina, se presenta al comensal y a continuación se apoya en una mesa auxiliar cerca de los comensales donde se dispone los alimentos en el plato de izquierda a derecha.

➤ A la rusa.- es ofrecer los manjares enteros en el comedor que luego se porcionarán y se servirán en el plato al comensal.

En cada tipo de servicio se utilizan métodos y atenciones diferentes. Los principales factores que hay que tener en cuenta a la hora de escoger cualquiera de ellos son:

Las Condiciones y características del local: ubicaciones de las diferentes áreas, cocina, sala, office. Al igual, que instalaciones y maquinaria adecuadas al tipo de servicio que vayamos a realizar.

El número de personas que configuran la brigada del restaurante: existen servicios con menos carga protocolaria que nos facilitan el servicio del cliente en aquellos establecimientos que se dispone de una brigada más corta en efectivos.

La experiencia y capacidad profesional de cada uno de los elementos de la brigada (servicio a la inglesa, servicio a la rusa, etc....)

Los tipos de manjares y en la forma que se ofrecen en el comedor.

Sea cual fuere el sistema empleado y cualquiera que sea la categoría del establecimiento, las condiciones principales son la limpieza y el orden en todo lo relacionado al servicio.

#### **4. ORGANIZACIÓN DE EVENTOS**

##### **4.1. ORGANIZACIÓN DE EVENTOS**

Una organización de eventos consiste en diseñar, planificar y producir una serie de servicios globales (congresos , festivales, ceremonias, fiestas, convenciones u otro tipo de reuniones) que se le ofrecen a una persona o

empresa que necesita realizar una reunión las cuales puede tener diferentes finalidades.

Un evento además de ser una reunión cumple la función de carta de presentación frente a posibles clientes, medios de comunicación y público en general. Suele ofrecer información insustituible que da cuenta de la identidad de un individuo, empresa o institución.

La forma que tomará un proyecto de organización de eventos dependerá del tipo de reunión de que se trate:

- Informales como suelen ser los eventos sociales: bautizos, comuniones, cumpleaños, bodas y aniversarios.
- Formales. Entre estas últimas podemos ubicar las reuniones empresariales: inauguraciones, lanzamientos de nuevos productos, eventos promocionales, capacitaciones, exposiciones, fiestas corporativas, galas y celebraciones.

Cada tipo de evento tendrá características propias que lo distinguirán de todos los demás. De todas formas, en la organización de eventos existen ciertas constantes que estarán presentes en la planificación de proyectos de alto nivel. Las compañías que se especializan en la organización de eventos cuentan con un equipo de expertos en distintos campos que trabajan de manera conjunta para lograr los mejores resultados. Esta diversificación de las tareas necesarias en una organización de eventos disminuye sensiblemente el tiempo total que demanda un proyecto de estas características.

Los eventos empresariales y los sociales (aunque estos últimos en menor medida) constan de una serie de pasos en los que se debe observar un protocolo adecuado especialmente si entre los asistentes se cuentan funcionarios gubernamentales. Cada una de las etapas del evento deberá ser planeada de manera cuidadosa y será registrada en un cronograma. Todo el personal empleado en la organización del evento tendrá que conocer y respetar dicho cronograma para garantizar la efectividad del proyecto.

Por otra parte, vale destacar que el éxito de un evento no solo dependerá del desempeño de los especialistas y del personal a cargo de las distintas áreas que componen el proyecto integral, sino que también estará ligado a la adecuada elección del lugar y el momento adecuado para realizar la reunión. Según la fecha, hora y locación escogida para un evento social o empresarial, así será la respuesta del público que hayamos convocado. No existen criterios definitivos al respecto, pero un equipo de profesionales en organización de eventos siempre encontrará las mejores alternativas según las necesidades.

#### **4.1.1. Tipos de eventos**

- Congreso

En esta actividad se suelen reunir cientos en incluso miles de personas pertenecientes a un grupo científico, cultural, religioso (que no se congregan habitualmente) para informarse y/o deliberar sobre algún tema en específico. Un congreso suele durar de tres a siete días según la amplitud del programa, lapso en el cual se desarrollarán múltiples actividades, en forma simultánea en la

mayoría de los casos, tales como conferencias, mesas redondas, talleres, foros, sesiones de trabajos libres.

➤ Jornada

Es una reunión de mucho menor envergadura y menos formal que un congreso. Se trata de desarrollar en uno o más días un tema monográfico.

➤ Convención

Es una reunión formal con carácter de asamblea, generalmente de personas pertenecientes a grupos sociales, políticos, económicos o empresariales, destinada a suministrar información sobre una situación particular, intercambiar ideas, dar a conocer nuevos sistemas o métodos de trabajo. Su duración se establece de acuerdo a los objetivos que persigue.

➤ Seminario

Es un tipo de reunión en donde un equipo de expertos, en número reducido y de forma sucesiva, explica a la audiencia aspectos de un tema por 15 o 20 minutos cada uno. En los impositos se suele participar por expresa invitación de los organizadores.

➤ Mesa redonda

Un grupo de expertos expone de forma sucesiva sus puntos de vista divergentes o contradictorios sobre un mismo tema, la confrontación de puntos de vista permitirá al auditorio obtener una información más amplia.

➤ Panel

Varios expertos discuten un tema en forma de diálogo o conversación ante una audiencia de tamaño variado. Es una técnica más informal y flexible, ya que de lo que se trata es de conversar y debatir entre sí el tema. Se caracteriza por la espontaneidad y el dinamismo.

➤ Foro

Es una reunión pública informal, que se acomete sin poseer un orden del día; no hay límites en cuanto a la participación, su objetivo es el de ofrecer a todos los asistentes una tribuna libre sobre un tema de interés común.

➤ Coloquio

Es una reunión semiformal constituida por un grupo de especialistas de reconocida trayectoria y que tiene por fin analizar e intercambiar ideas sobre un tema de mutuo interés.

➤ Taller

Son reuniones formativas de trabajo práctico o manual, se vale de la combinación de técnicas didácticas que propician el conocimiento a través de la acción.

➤ Curso



Su principal característica es ser una actividad netamente didáctica, tiene un programa preestablecido que debe ser desarrollado en su totalidad en el tiempo programado, los participante son dirigidos por un facilitador o instructor.

➤ Reunión

En un término general que se da cuando se junta un número de personas a fin de tratar aspectos de interés de un grupo de trabajo o para programar una actividad.

➤ Teleconferencia y Videoconferencia

Son reuniones a larga distancia, que gracias a los avances tecnológicos permiten que expertos situados en diferentes lugares y sin desplazarse puedan a través de la línea telefónica ofrecer su opinión. A diferencia de la teleconferencia van acompañadas d imágenes.

➤ Charlas

Reunión informal de varias personas, en donde un experto conversa sobre un tema en particular.

➤ Conferencia

Es una técnica expositiva centrada en el instructor y orientada a proporcionar de una manera sistemática información, generalmente de carácter especializado, a un público de dimensiones variadas.

➤ Asamblea

Reunión general y formal de una asociación. Un club o compañía cuya finalidad es la de decidir sobre políticas a seguir, aprobar balances, presupuestos. Usualmente sigue ciertas reglas de procedimientos.

➤ Briefing

Reunión muy corta con la finalidad de impartir nuevos lineamientos a seguir o dar a conocer alguna información a un grupo de trabajo.

➤ Exposición

Es una actividad en la cual se muestran productos y/o servicios, además conlleva el diálogo de informal a formal con la visualización. Hay diferentes tipos de exposición según la duración de las mismas. Es una actividad muy importante para establecer contactos.

➤ Feria

Son exposiciones de productos y/o servicios de una actividad seleccionada, con el fin de proporcionarla y comercializarla. A diferencia de las exposiciones, en las ferias el participante o visitante pueden adquirir y llevar consigo los productos en venta.

➤ Festival

Esta modalidad de evento se utiliza con el fin de promover una cierta actividad. Suelen ser abiertos al público y congregan gran cantidad de personas.

➤ Concurso

Se trata de una actividad para estimular la participación de un público específico. Como primer paso a seguir, hay que crear un reglamento y designar un jurado calificador.

➤ Fiestas

Son actos sociales cuya finalidad esencial es celebrar algo. Su razón de ser es la creencia generalizada de que “siempre hay algo que celebrar”, tienen un gran valor porque muchas veces se conocen nuevas personas o se retoma el contacto con amigos.

#### **4.1.2. El Comité Organizador**

Es sin duda una etapa determinante la escogencia de las personas que ocuparan puestos en un comité. Las personas deben conocer los objetivos y metas de la reunión y con base en esos propósitos coordinar sus acciones e forma positiva y constructiva. Un comité organizador debe estar integrado como mínimo por cinco personas: un presidente, un vicepresidente, un secretario, un tesorero y un vocal. La presidenta es ocupada generalmente, por el más alto ejecutivo de una empresa. Debe ser una persona que goce de mucho prestigio y credibilidad dentro de un cargo o especialidad. Las personas que se escojan para formar parte de un comité organizador deben:

- Estar personalmente entusiasmados y motivados
- Tener un alto sentido de responsabilidad
- Ser personas creativas

- Tener el tiempo suficiente para dedicarlo a esta responsabilidad

### **4.1.3. Cuándo, Cómo, Dónde**

- Selección de la fecha

La escogencia de la fecha a efectuar nuestro evento es de una importancia vital, en este sentido se debe tener en cuenta lo siguiente:

- Si hay suficiente margen de tiempo para la organización requerida
- Evitar coincidencia de fechas con otras actividades similares o de la misma especialidad
- Cerciorarse con las tradicionalmente utilizadas en el paso, en caso de un evento que se repita
- Las condiciones climatológicas
- Ventajas en cuanto a las temporadas turísticas: alta y baja
- Horario y frecuencia de los transportes (aviones, barcos, trenes, autobuses)
- Si es mejor programar las actividades durante la semana o a finales de ésta
- Si se trata de un evento de tipo académico deben examinarse las fechas que corresponden a los finales de trimestre o semestres universitarios, de aquellos centros a los que pertenecen personas que se desea invitar a participar, revisar también las fechas de los exámenes.
- Selección del nombre

Escoger un nombre es de vital importancia: debe ser corto o llamativo pero también adecuado al objetivo que se persigue. Además, conviene ubicarlo en el contexto local, regional, nacional, internacional.

➤ Selección del lugar o sede

Escoger el lugar o sede del evento es muy importante y no debe ser decidido a la ligera o por simple gusto. El entorno físico puede facilitar o inhibir las actividades programadas. Al elegir dónde realizar nuestro evento, debemos tomar en consideración los siguientes aspectos:

- El lugar geográfico (país, ciudad)
- El lugar físico o las instalaciones donde se llevará a cabo: centro de convenciones, hoteles, instituciones. A estos fines se debe efectuar un análisis de las necesidades requeridas
- Facilidad de acceso al lugar y a las instalaciones
- Comodidad para los usuarios
- Servicios que presta
- Los equipos que posee
- Los costos

En la mayoría de los países cuando se decide hacer un evento se evalúan las diferentes alternativas de lugares en donde hacerlo, hasta conseguir el sitio que preste todos los servicios y que se adapte a los requerimientos.

Hay otros factores que son importantes señalar al momento de escoger una sede internacional, y surgen muchos interrogantes tales como: ¿Podrán todos los invitados o delegados obtener el visado?, si se requiere de mucha promoción ¿Resulta accesible el sitio seleccionado para los medios de comunicación nacional e internacional?, ¿Cuenta con los medios apropiados para la transmisión de noticias?, ¿Recibirá el apoyo local que requiere?

La variedad de eventos y sus particularidades hace que la sede que es ideal para una reunión no lo sea para otra. No hay sede que sea perfecta para todo tipo de reuniones.

#### **4.1.4. El Material impreso, Promoción, Equipos**

El material impreso son de gran importancia en el desarrollo de un evento.

##### ➤ El logotipo

Es usual que para cada evento se escoja una imagen gráfica. Cuando el evento es promovido por empresas se utiliza el logotipo que generalmente las identifica. En cambio hay otras actividades en donde es necesario crear toda una imagen. Para conseguir la imagen adecuada se sugiere contratar los servicios de empresas o personas especializadas, aunque si hay suficiente tiempo se puede programar un concurso. Lo importante es que el logotipo sea llamativo y fácil de reproducir en cualquier material a imprimir.

##### ➤ La papelería

Al disponer del logotipo se procede a diseñar la papelería que será usada para todas las actividades relacionadas con el evento. Básicamente consta de papel tamaño carta y sobres.

##### ➤ El afiche o póster

Algunos eventos utilizan como material promocional los afiches. Si es así, es importante que sean llamativos y ofrezcan una información básica, tal como: quién organiza y auspicia el evento.

➤ Programa preliminar

Es aquel que se elabora y distribuye en las primeras etapas de organización y promoción del evento, contiene la información sin detalles, de carácter muy general sobre las actividades a desarrollar.

➤ Programa definitivo

Es uno de los documentos de más valor y ampliamente utilizado en el transcurso de un evento. Es el programa oficial del mismo y contiene toda la información adicional que se le pueda suministrar a los delegados

La promoción es una actividad estratégica en la planificación del evento. El primer paso se refiere a cómo diseñar una campaña para venderlo y así lograr la asistencia deseada. La promoción o venta del mismo se puede hacer por varias vías tales como:

➤ Invitación directa personal

➤ Medios impresos

➤ Afiches y/o posters

➤ Entrevistas y envío de información a emisoras de radio y televisión

➤ Cuñas promocionales en radio y televisión

Existe una serie de equipos que son indispensables a la hora de organizar un evento y otros que son de uso casi obligatorio durante el desenvolvimiento del mismo.

➤ Equipo de sonido

Debe estar acorde con el tamaño del salón o del lugar donde se va a realizar el evento, si no hay un buen sonido de nada habrá servido traer el mejor conferenciante o la mejor orquesta.

➤ Equipos de apoyo audiovisual

Hay diferentes equipos de proyección razón por la cual se requieren diferentes tipos de equipos y tamaños de pantallas.

#### **4.1.5. Estimación de gastos**

Al calcular los gastos se imponen varias recomendaciones importantes. En primer lugar, es imprescindible solicitar a todos los responsables de comités una lista detallada de todos los desembolsos que esperan realizar en el área que operan, por lo que cualquier desembolso que se piense realizar, por pequeño que sea, debe ser anotado. Naturalmente, esto no quiere decir que los responsables de las finanzas lo aceptarán automáticamente y lo incluirán en el presupuesto de gastos.

### **IV. METODOLOGIA**

El presente estudio de factibilidad, conlleva a una amplia gama de técnicas y métodos para la obtención de información, por lo tanto el presente proyecto requiere de métodos como el estadístico, eje transversal y descriptivo.

#### **a. LOCALIZACION Y TEMPORIZACION**

##### **Macro Localización**



El siguiente estudio de factibilidad de catering y organización de eventos se lo realizará en la provincia de Chimborazo, República del Ecuador durante el periodo (2012-2013).

### **Micro Localización**

Se lo realizará en el cantón Colta, parroquia Cajabamba, Barrio las Marianitas, calles 2 de Agosto y Magdalena Dávalos.

Está ubicado a solo 18 Km de la ciudad de Riobamba, en la carretera principal que es la Panamericana que atraviesa de norte a sur. Se sitúa en una altitud promedio de 3.212 m.s.n.m.

Tiene una extensión cercana a los 85 Km<sup>2</sup> y una población aproximada de 18.561 habitantes, además las vías de acceso al cantón son asfaltadas y correctamente señalizadas.

### **b. TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACION**

- Es descriptiva porque consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables.
- Eje Transversal ya que procura establecer diferencias entre los distintos grupos que componen la población y las relaciones entre las variables más importantes. El investigador debe ser explícito antes de la redacción (de la encuesta) sus objetivos, áreas de interés, conexiones que desea rastrear, hipótesis de

comportamiento, diferencia entre grupos o hipotéticas relaciones entre las variables en estudio.

- Y es de estadística porque contiene a las estadísticas que se obtienen a través de la formulación, diseño y ejecución de las operaciones estadísticas de diferentes áreas (social, económico, ambiental etc.), y el organismo tiene potestad en la recogida directa de los datos. Dentro de esta categoría se incluye a las operaciones realizadas con base a censos, investigaciones diseñadas con técnicas de muestreo como encuestas y/o registros administrativos.

### **c. POBLACIÓN Y MUESTRA**

Para el Tamaño de la muestra se consideró el sector en el que se va a ubicar la empresa que será en la parroquia Cajabamba (Villa la unión) del cantón Colta, que según los datos proyectados en el INEC son 18.561 habitantes de los cuales 8.877 son hombres y 9.684 son mujeres entre las edades de 19 a 70 años pertenecientes a la PEA, considerando el tamaño del universo se realizó el cálculo de la muestra con la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 p * q * n}{Ne^2 + Z^2 p * q}$$

$$(1.96)^2 (0.5)(1- 0.5)(18561)$$

n= .....

$$(18561)(0.05)^2 + (1.96)^2 (0.5)(1-0.5)$$

N= 376

Donde:

n = ?

e = error

Z = nivel de confiabilidad

N= tamaño de la población

p = variabilidad positiva

q = variabilidad negativa

#### **d. DESCRIPCION DE PROCEDIMIENTOS**

##### **i. Investigación de Mercado y Marketing**

###### ➤ Estudio de mercado

Mediante el estudio de mercado, se obtuvo información sobre la demanda insatisfecha así como de la demanda satisfecha, preferencias, conocimientos sobre el catering y organización de eventos, estatus social, competencia, características de un evento, precio que cancelarían por un evento y que medio de comunicación escuchan con frecuencia en el Cantón Colta.

###### ➤ Encuesta socioeconómica

Mediante la encuesta socioeconómica logramos obtener información real de las preferencias, gustos, conocimientos, que tiene la población del cantón Colta y

con esta información evaluamos si es o no aceptable la propuesta de implementar este servicio.

➤ **Desarrollo de la investigación**

La investigación se lo realizó mediante nuestro principal instrumento que fue la encuesta, aplicada a 376 personas especialmente adultas de la población económicamente activa, se escogió a este grupo de personas porque son las que van a solventar los gastos de un evento.

**ii. Plan de Empresa**

**1. Aspectos técnicos**

Realizar diagramas de flujo, describir los diferentes tipos de servicios del que dispondrá nuestra empresa como son catering y organización de eventos, disponer de catálogos con una amplia variedad de montajes para cada ocasión incluido menaje, cristalería, mantelería, servicio de meseros, equipos musicales además de una carta con un menú a escoger incluido las bebidas.

**2. Aspectos Jurídicos – Mercantiles**

Indagar los requisitos y permisos correspondientes necesarios para la implementación de una empresa dedicada a la organización de eventos y catering y así no tener inconvenientes con la ley al momento de emprender el

negocio. Mediante al código de trabajo afiliar a los empleados al IESS, pagar beneficios de ley y mediante la Ley de régimen tributario interno cumplir con las obligaciones tributarias.

### **3. Estrategias de marketing**

#### ➤ Estrategias de Promoción

La estrategia inicial consiste en una promoción masiva de difusión a través de diferentes medios de comunicación colectiva, ya que de esta manera el servicio de catering y organización de eventos podrá ser conocido en la jurisdicción o área geográfica de su competencia, y esto permitirá captar la atención y posteriormente la lealtad de los clientes iniciales y potenciales.

Con este propósito se realizará varios anuncios publicitarios donde se presentarán los diferentes servicios que se ofrecerán y se promocionará el programa de inauguración con el que el catering abrirá las puertas a su público y se dará a conocer por primera vez sus servicios.

Otro de los factores importantes es llegar a acuerdos y convenios con varias empresas reconocidas logrando así a cerrar contratos de publicidad.

#### ➤ Estrategias de Distribución

La Distribución es el conducto o medio a través del cual se desplazan los servicios desde su punto de inicio de la elaboración del producto, hasta el consumidor final que es el cliente.

#### ➤ Estrategias de Producto

En todo negocio es muy importante el producto o servicio que se pretende ofrecer a los clientes, ya que en un mercado tan competitivo es importante conocer el ciclo de vida del mismo ya que de esta manera será posible innovarlo, y ofrecer mayor calidad a los clientes.

Cuando el producto se encuentra en una etapa de introducción es importante dar a conocer a los clientes las ventajas que se ofrecen con el mismo y sus cualidades de esta manera se obtendrá una mayor aceptación en el mercado.

Una vez que el producto o servicio es conocido en el mercado se ingresa a una etapa de madurez en la cual es importante tomar en cuenta la innovación de este para que de esta manera no se produzca un declive y al contrario manteniendo una innovación continua, es muy importante tener en cuenta que en el producto o servicio que se ofrece al cliente debe tener un beneficio de esta manera el producto será valorado.

#### ➤ Estrategias de Precio

Al momento de fijar un precio es importante conocer cuánto está dispuesto a pagar el cliente por el producto o servicio que va a recibir, de esta manera optimizando costos de producción será posible mantener precios accesibles al mercado, que sean competitivos y que se puedan mantener en el tiempo, a su vez que permitan al restaurante obtener rentabilidad.

En este caso debido a que el catering es nuevo en el mercado es importante considerar una estrategia de penetración, esta estrategia consiste en “Fijar un precio inicial bajo para conseguir una penetración de mercado rápida y eficaz,

es decir, para atraer rápidamente a un gran número de consumidores y conseguir una gran cuota de mercado.

#### **4. Gestión el talento Humano**

Este recurso es el principal e indispensable para cualquier grupo social, ya que de ellos depende el manejo, dirección, funcionamiento y ejecución de la empresa.

Las personas que se encuentren a cargo de este recurso deberán tener las siguientes características: posibilidad de desarrollo, ideas, imaginación, habilidad, creatividad, responsabilidad, liderazgo, conocimiento, experiencia.

Estas características lo diferencian de los demás recursos, por la función que desempeñan y el nivel jerárquico en que se encuentren, ya que este es el único recurso que desarrolla habilidades por lo tanto un recurso bien realizado es capaz de elevar a lo máximo a una empresa.

#### **5. Aspectos Económico – Financieros**

Se analizará el estado de resultados y el estado de situación financiera para una buena toma de decisiones mediante ratios económicos, ratios financieros, ratios operativos, punto de equilibrio, el capital de trabajo para así poder determinar la viabilidad del proyecto.

#### **6. Aspectos ambientales**

La gestión ambiental implica tanto aquellas acciones encaminadas a hacer el medio ambiente laboral más sano y seguro para los trabajadores de la empresa

esto lo lograremos con el ahorro de energía que se puede obtener por el empleo de maquinaria más eficiente, o el ahorro de agua que se conseguirá por el reciclado de las mismas en los procesos productivos, clasificar los residuos como papel, vidrio, envases y orgánicos los mismos que pueden ser reutilizados en diferentes preparaciones, utilizar productos detergentes poco contaminantes al momento de lavar la vajilla, evitar el uso excesivo de papel aluminio en el área de producción y también podemos aportar desde nuestros hogares al momento de adquirir un vehículo que consuma menos combustible que por otra parte es un recurso no renovable de este modo al hacer gestión ambiental puede reportar ahorros importantes a la economía y mejorar la calidad general de vida.

## **V. RESULTADOS Y DISCUSION**

### **a. PRESENTACIÓN, TABULACIÓN Y ANÁLISIS**

#### **i. Presentación, Tabulación y Análisis de los datos obtenidos en la investigación de mercado y Marketing.**

#### PREGUNTAS DE IDENTIFICACIÓN



Cuadro 1: **SEGMENTO**

Gráfico 1 **SEGMENTO**

EDAD		
DETALLE	EDAD	PORCENTAJE
DE 20 A 30 AÑOS	80	21%
DE 31 A 40 AÑOS	225	60%
DE 41 A 50 AÑOS	60	16%
MAS DE 51 AÑOS	11	3%
<b>TOTAL</b>	<b>376</b>	<b>100%</b>
GÉNERO		
DETALLE	GÉNERO	PORCENTAJE
FEMENINO	66	18%
MASCULINO	310	82%
<b>TOTAL</b>	<b>376</b>	<b>100%</b>
INGRESOS		
DETALLE	INGRESOS	PORCENTAJE
250 - 500	315	84%
501 - 1000	50	13%
MAS DE 1001	11	3%
<b>TOTAL</b>	<b>376</b>	<b>100%</b>
PROFESION		
DETALLE	PROFESION	PORCENTAJE
ESTUDIANTES	74	20%
PROFESIONALES	294	78%
NO PROFESIONALES	8	2%
<b>TOTAL</b>	<b>376</b>	<b>100%</b>



**Fuente:** Encuestas aplicadas en el Cantón Colta, Enero 2013  
**Elaborado por:** Silvia Remache Y.

**Análisis**

El 60% de los encuestados corresponden a la edad entre 31 a 40 años, un 82% de los ENCUESTADOS pertenecen al género masculino, el 84% tienen ingresos de \$250 a \$500 y el 78% de ellos son profesionales.

**Pregunta 1.-** ¿Conoce establecimientos que brinden catering y organización de eventos?

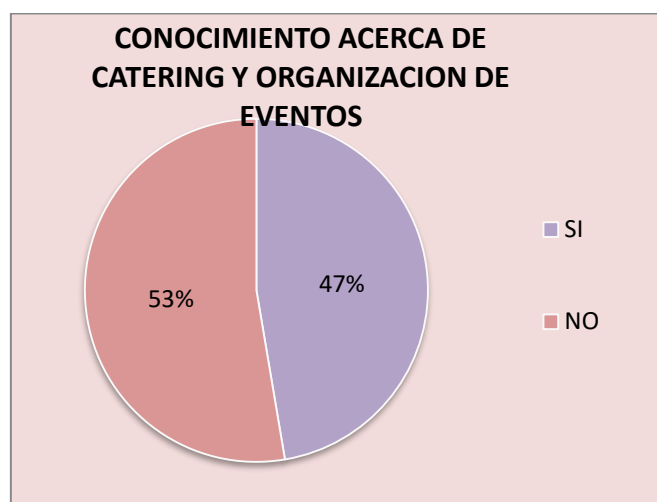
**CUADRO 2: CONOCIMIENTO ACERCA DE CATERING Y ORGANIZACION DE EVENTOS**

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
---------	------------	------------

SI	220	59%
NO	156	41%
<b>TOTAL</b>	<b>376</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas en el Cantón Colta, Enero 2013  
**Elaborado por:** Silvia Remache Y.

**Gráfico # 2**



**Fuente:** Encuestas aplicadas en el Cantón Colta, Enero 2013  
**Elaborado por:** Silvia Remache Y.

**Análisis**

El 59% de los encuestados conocen un establecimiento dedicado a brindar servicios de catering y organización de eventos, mientras que un 41% tienen un total desconocimiento.

**Pregunta 2.-** ¿Conoce alguna empresa que ofrezca este tipo de servicios dentro o fuera del Cantón?

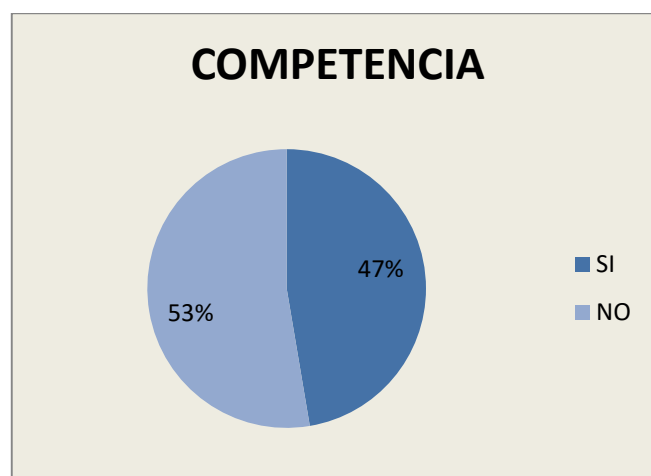
**CUADRO 3: COMPETENCIA**

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
---------	------------	------------

SI	178	47%
NO	198	53%
<b>TOTAL</b>	<b>376</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas en el Cantón Colta, Enero 2013  
**Elaborado por:** Silvia Remache Y.

**Gráfico # 3**



**Fuente:** Encuestas aplicadas en el Cantón Colta, Enero 2013  
**Elaborado por:** Silvia Remache Y.

### Análisis

El 53% de encuestados no conocen una empresa que ofrezca servicios de catering y eventos porquennunca han asistido a una celebración con dichos servicios.

El 47% si conoce alguna empresa dedicada a prestar estos servicios.

**Pregunta 3.-** ¿Si realizara algún tipo de evento contrataría este servicio?

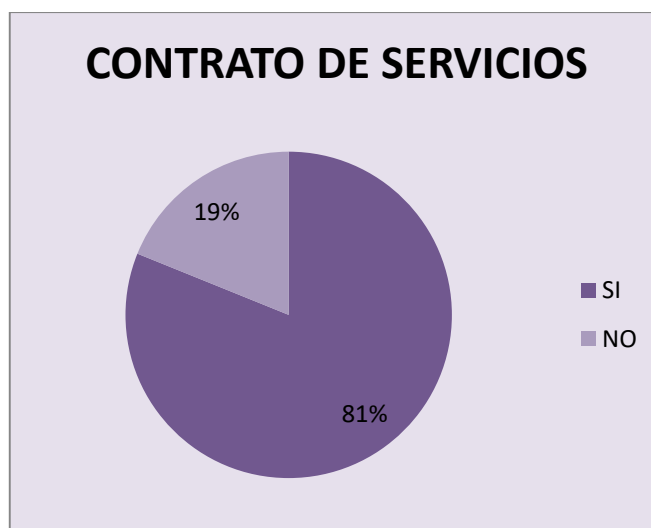
### CUADRO 4: CONTRATO DE SERVICIOS

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	305	81%

NO	71	19%
<b>TOTAL</b>	<b>376</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas en el Cantón Colta, Enero 2013  
**Elaborado por:** Silvia Remache Y.

**Gráfico # 4**



**Fuente:** Encuestas aplicadas en el Cantón Colta, Enero 2013  
**Elaborado por:** Silvia Remache Y.

### Análisis

El 81% de los encuestados al momento de realizar un evento, aceptan contratar este servicio, mientras que el 19% de los encuestados indicaron que no los contratarían.

**Pregunta 4.-** ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por este servicio en los que incluiría: Cubertería, Meseros, Cristalería y un Menú?

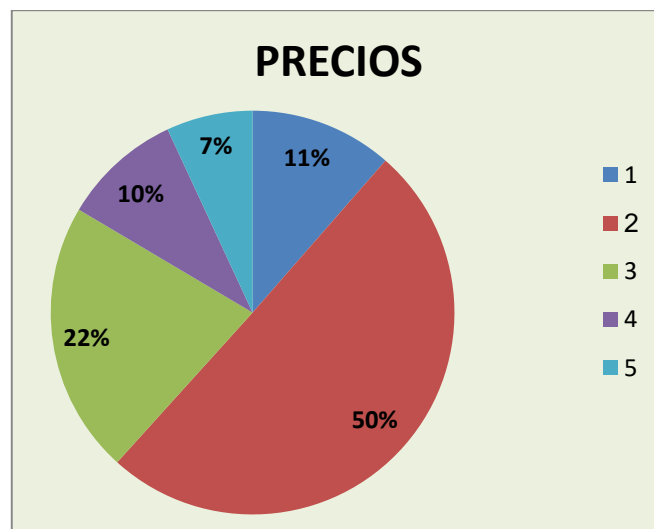
### CUADRO 5: PRECIOS

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
6,00	43	11%
7,00	82	22%

8,00	189	50%
11,00	36	10%
12,00	26	7%
<b>TOTAL</b>	<b>376</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas en el Cantón Colta, Enero 2013  
**Elaborado por:** Silvia Remache Y.

**Gráfico # 5**



**Fuente:** Encuestas aplicadas en el Cantón Colta, Enero 2013  
**Elaborado por:** Silvia Remache Y.

**Análisis**

El 50% de los encuestados están dispuestos a cancelar un valor promedio de \$8.00 dólares por un servicio básico de catering, el 22% solventarían un valor de \$7.00, el 11% pagarían un valor de \$6.00, el 10% cancelarían un costo de \$11.00 y el 7% un precio de \$12.00.

**Pregunta 5.-** ¿Qué características observa al momento de realizar un evento?

**CUADRO 6: CARACTERISTICAS DE UN EVENTO**

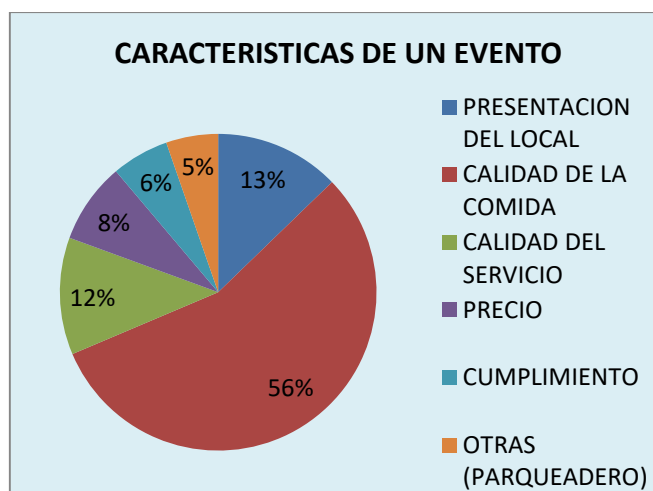
DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PRESENTACION DEL LOCAL	48	13%

CALIDAD DE LA COMIDA	210	56%
CALIDAD DEL SERVICIO	45	12%
PRECIO	31	8%
CUMPLIMIENTO	22	6%
OTRAS (PARQUEADERO)	20	5%
<b>TOTAL</b>	<b>376</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas en el Cantón Colta, Enero 2013

**Elaborado por:** Silvia Remache Y.

**Gráfico # 6**



**Fuente:** Encuestas aplicadas en el Cantón Colta, Enero 2013

**Elaborado por:** Silvia Remache Y.

### Análisis

El 56% de los encuestados opinan que la característica más importante a ser considerada al momento de realizar un evento es la Calidad de la Comida, el 13% considera la presentación del local, el 12% manifiesta la calidad del servicio, el 8% observa el precio, el 6% expresa el cumplimiento y una mínima cantidad optó por otras características como el parqueadero.

**Pregunta 6.-** ¿Cuál de los siguientes medios de comunicación observa o escucha con frecuencia?

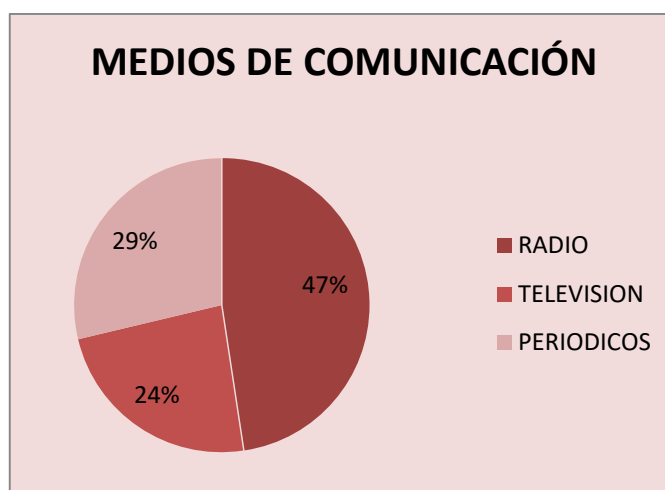
### CUADRO 7: MEDIOS DE COMUNICACIÓN

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE	MAYOR SINTONIA
RADIO	179	47%	Radio Tricolor
TELEVISION	89	24%	ECTV
PERIODICOS	108	29%	La Prensa
<b>TOTAL</b>	<b>376</b>	<b>100%</b>	

**Fuente:** Encuestas aplicadas en el Cantón Colta, Enero 2013

**Elaborado por:** Silvia Remache Y.

**Gráfico # 7**



**Fuente:** Encuestas aplicadas en el Cantón Colta, Enero 2013

**Elaborado por:** Silvia Remache Y.

**Análisis:**

Un 47% de encuestados indicaron que el medio publicitario que más frecuentan es la radio, especialmente la radio tricolor; seguido del 29% que son los periódicos, en forma específica La Prensa y el 24% la televisión, principalmente el canal 7 ECTV con mayor cobertura; esto nos permitirá plantear estrategias de promoción.

**Pregunta 7.-** ¿Le gustaría que aquí en la parroquia de Cajabamba se cree este tipo de establecimiento?

## CUADRO 8: ACEPTABILIDAD

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	376	100%
<b>TOTAL</b>	<b>376</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas en el Cantón Colta, Enero 2013  
**Elaborado por:** Silvia Remache Y.

**Gráfico # 8**



**Fuente:** Encuestas aplicadas en el Cantón Colta, Enero 2013  
**Elaborado por:** Silvia Remache Y.

### **Análisis:**

Al 100% de las personas les gusta la propuesta de crear un establecimiento destinado a ofrecer servicios de catering y organización de eventos en la parroquia de Cajabamba.

## **ii. Discusión**



Una vez obtenido los resultados de las encuestas realizadas se determinó que el 60% de los encuestados tienen edades entre 31 a 40 años, el 82 % pertenece al género masculino, un 84% obtienen un salario mensual entre los \$ 250 a \$500 siendo el 78% de ellos profesionales con una estabilidad laboral fija.

El 59% de los encuestados manifestaron que si conocen establecimientos que brinden servicios de catering y organización de eventos, el 53% no conoce una empresa que ofrezca servicios de catering y eventos dentro del cantón, el 81% respondieron que al momento en que realicen un evento ya sea religioso, social, cultural, o reuniones con diferentes finalidades están dispuestos a contratar estos servicios, el 50% de encuestados están dispuestos a cancelar el valor promedio de \$ 8.00 por un servicio básico de catering, teniendo la oportunidad de escoger y combinar los menús de acuerdo a su preferencia, de igual manera un 56% están de acuerdo que la característica más importante al realizar un evento es la calidad de la comida, seguida de un 13% que es la presentación del local, en lo referente al medio de comunicación más utilizado por la población con un 47% es la radio, principalmente la radio tricolor y con un 29% son los periódicos especialmente La Prensa, lo cual nos ayudara a plantear estrategias de promoción, finalmente a un 100% de los encuestados les gustaría que en la parroquia de Cajabamba se creen servicios de catering y organización de eventos para mejorar las condiciones de vida del Cantón.

## VI. CONCLUSIONES

- La determinación de un precio de venta al público (PVP) considerable que es de \$8.00 por persona, cubrirá los requerimientos de la demanda en el mercado para total satisfacción del cliente recalando que será un servicio integro de catering.
  
- Las personas encuestadas están de acuerdo que la característica más importante al momento de realizar un evento es la calidad de la comida.
  
- Los medios de comunicación que se escuchan con más frecuencia en el cantón Colta es la radio tricolor, y la Prensa.
  
- El estudio de factibilidad para la creación de un servicio de catering ha permitido realizar una investigación real para conocer su viabilidad y su ejecución.

## VII. RECOMENDACIONES

- Emplear el precio promedio que está dispuesta a pagar la población buscando nexos con entidades, que nos permitan llegar a convenios con los proveedores de materia prima, para así optimizar el uso de los recursos, reduciendo los costos y maximizando la producción.
  
- Aplicar estándares de calidad, así como las normas legales y sanitarias para ofrecer un servicio de calidad, a fin de satisfacer sus necesidades y alcanzar los beneficios esperados.
  
- Desarrollar una campaña en los medios, especialmente en la radio tricolor y la prensa, lo que permitirá atraer a los clientes dándoles a conocer el servicio que ofrece el servicio de catering.
  
- Podemos recomendar que es factible y viable la ejecución del proyecto de un servicio de catering en la parroquia de Cajabamba ya que existe total aprobación por parte de los habitantes del cantón Colta.

## VIII. PLAN DE EMPRESA

### a. ASPECTOS TECNICOS

#### i. Determinación del tamaño de la empresa

La capacidad de producción de la empresa de Catering y Organización de eventos en el cantón Colta es en función a la demanda. El catering se dedica a la producción independiente del local para los eventos.

#### ii. Capacidad de Producción

La capacidad de producción de la empresa está establecida en función a la proyección anual en base a la encuesta de aceptación de los servicios del Estudio de Mercado basada en la pregunta número 7; ¿Le gustaría que en la parroquia de Cajabamba se cree este tipo de establecimiento (catering y organización de eventos)?, la misma que nos dio como resultado el 100% de aceptabilidad y por lo tanto existe Demanda.

**CUADRO Nº 9: Capacidad de Producción en función a la Demanda**

AÑOS	PRODUCCION DIARIA	PRODUCCION SEMANAL	PRODUCCION MENSUAL	PRODUCCION ANUAL
2013	40 pax	200 pax	800 pax	9600 pax
2014	50 pax	250 pax	1000 pax	12000 pax
2015	60 pax	300 pax	1200 pax	14400 pax
2016	70 pax	350 pax	1400 pax	16800 pax
2017	80 pax	400 pax	1600 pax	19200 pax

**Elaborado por:** Silvia Remache Y.

La planta llegara a producir un máximo de 1600 pax por mes y un mínimo de 800 pax por mes; basándose en la disponibilidad de infraestructura para la producción, bodega, recursos económicos y espacio para almacenamiento.

## **PORCENTAJE DE UTILIZACION EN INFRAESTRUCTURA Y MAQUINARIA**

Se utilizara un 33.33% de maquinaria e infraestructura ya que se trabaja un turno de 8 horas diarias divididas de la siguiente manera:

### **HORARIOS DEL PERSONAL**

La empresa trabajara desde el día martes hasta el día sábado, y el horario estará distribuido de la siguiente manera:

#### **CUADRO 10: HORARIO DE TODO EL PERSONAL**

<b>HORAS LABORABLES</b>	<b>DIAS LABORABLES</b>
16h00 pm - 12h00 pm	Martes a Sábado

**Elaborado por:** Silvia Remache Y. (2013)

#### **iii. Localización**

MACRO: Eta ubicado en Ecuador, Provincia de Chimborazo, cantón Colta

MICRO: La empresa estará ubicada en la parroquia de Cajabamba, barrio las Marianitas, calles 2 de Agosto y Magdalena Dávalos.

La planta de producción será arrendada en \$ 150.00 mensuales y la distribución física cuenta con normas de seguridad para el bienestar de todo el personal.

#### iv. Proceso de producción del bien

##### Recetas estándar

La empresa de catering y organización de eventos brinda una amplia variedad de platos para que el cliente tenga la oportunidad de escoger y combinar los menús de acuerdo a su preferencia, los mismos que se detallan a continuación:

**CUADRO 11: MENÚS PARA ADULTOS**

<b>OPCIONES</b>	<b>ENTRADAS</b>	<b>PLATO FUERTE</b>	<b>POSTRE</b>
1	Brochetas mar y tierra	Medallones de pollo en salsa de maracuyá Arroz en finas hiervas Papa pera Vegetales salteados al ajillo	Crepés de frutas
2	Muslitos apanados	Cordon blue en salsa golf Arroz al curry Papa suspiro Ensalada rusa	Queso de piña
3	Empanaditas de verde	Lomo en salsa de champiñones Arroz verde Suflé de papa Ensalada tropical	Dulce de higo con queso
4	Pimientos rellenos de queso	Pollo a la naranja Arroz al pimiento Papa al perejil Ensalada waldorf	Frutillas en almíbar con crema
5	Ceviche de camarón	Lomo en salsa de ciruela Arroz con nuez Papa al horno Ensalada mixta	Panacota

**Fuente:** Trabajo e Investigación de campo

**Elaborado por:** Silvia Remache Y

**CUADRO 12: MENÚS PARA NIÑOS**

<b>OPCIONES</b>	<b>PLATO FUERTE</b>	<b>BEBIDA</b>
1	Nuggets de pollo	Gaseosa
2	Hamburguesa de carne	Gaseosa
3	Súper salchipapa	Gaseosa

**Fuente:** Trabajo e Investigación de campo

**Elaborado por:** Silvia Remache Y

**CUADRO 13: MENUS PARA VEGETARIANOS**

<b>OPCIONES</b>	<b>ENTRADAS</b>	<b>PLATO FUERTE</b>	<b>POSTRE</b>
1	Sopa de espinacas	Arroz con verduras y legumbres	Pastel de manzana
2	Sopa de champiñones	Pasta con tomates y albahaca	Pie de frutas

**Fuente:** Trabajo e Investigación de campo

**Elaborado por:** Silvia Remache Y

### Receta Estándar 1

<b>NOMBRE DE LA PREPARACION:</b> Brochetas mar y tierra				
<b>GÉNERO: ENTRADA</b>		<b>CÓDIGO DE LA RECETA: 001</b>		
<b>PORCIONES: 5</b>			<b>VALORES</b>	
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	UNITARIO	TOTAL
Lomo de res	250	gr	0.55	0.55
Pimiento verde	60	gr	0.05	0.05
Pimiento rojo	60	gr	0.05	0.05
Cebolla perla	60	gr	0.05	0.05
Camarones	5	und	0.55	0.55
Pollo	250	gr	0.40	0.40
Aceite	30	ml	0.15	0.15
Sal	5	gr	0.04	0.04
Pimienta	3	gr	0.03	0.03
Palillos de brochetas	5	und	0.05	0.05
<b>COSTO MPD</b>				1.92
<b>Precio de venta con IVA (12%)</b>				2.15
<b>Costo por porción</b>				0.43
<b>PREPARACIÓN</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Salpimentar el lomo, el pollo en dados y el camarón</li> <li>➤ Cortar en dados los pimientos y la cebolla</li> <li>➤ Armar la broqueta intercalando los ingredientes</li> <li>➤ Poner a la plancha y servir caliente</li> </ul>				

**Fuente:** Trabajo e Investigación de campo

**Elaborado por:** Silvia Remache Y.



## Receta Estándar 2

<b>NOMBRE DE LA PREPARACION:</b> <b>Muslitos Apanados</b>				
<b>GÉNERO: ENTRADA</b>		<b>CÓDIGO DE LA RECETA: 002</b>		
<b>PORCIONES: 5</b>			<b>VALORES</b>	
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	UNITARIO	TOTAL
Alas de pollo	5	und	1.20	1.20
Sal	5	gr	0.05	0.05
Pimienta	3	gr	0.03	0.03
Aceite	200	ml	0.40	0.40
Huevo	2	und	0.10	0.20
Apanadura	250	gr	0.35	0.35
Harina	200	gr	0.20	0.20
<b>COSTO MPD</b>				2.43
<b>Precio de venta con IVA (12%)</b>				2.72
<b>Costo por porción</b>				0.54
<b>PREPARACIÓN</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Deshuesar y salpimentar el pollo</li> <li>➤ Batir los huevos, leche y sal</li> <li>➤ Mezclar la apanadura y la pimienta</li> <li>➤ Pasar las piernitas por el batido y luego por la mezcla de la apanadura</li> <li>➤ Freír a fuego medio hasta que estén doradas</li> <li>➤ Reposar en una toalla de papel para quitar el exceso de aceite</li> <li>➤ Servir</li> </ul>				

**Fuente:** Trabajo e Investigación de campo

**Elaborado por:** Silvia Remache Y.

### Receta Estándar 3

<b>NOMBRE DE LA PREPARACION:</b> Empanaditas de verde				
<b>GÉNERO: ENTRADA</b>		<b>CÓDIGO DE LA RECETA: 003</b>		
<b>PORCIONES: 5</b>			<b>VALORES</b>	
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	UNITARIO	TOTAL
Verdes	4	und	0.75	0.75
Sal	15	gr	0.06	0.06
Queso de mesa	60	gr	0.50	0.50
Cebolla blanca	60	gr	0.10	0.10
champiñones	60	gr	0.40	0.40
Aceite	200	ml	0.40	0.40
Mantequilla	50	gr	0.25	0.25
<b>COSTO MPD</b>				2.46
<b>Precio de venta con IVA (12%)</b>				2.76
<b>Costo por porción</b>				0.55
<b>PREPARACIÓN</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Cocinar los verdes con sal</li> <li>➤ Majar, añadir la mantequilla, extender y hacer discos del tamaño deseado</li> <li>➤ Hacer un refrito con mantequilla el queso, cebolla blanca y champiñones</li> <li>➤ Rellenar las empanadas con el refrito anterior y cerrar la misma</li> <li>➤ Freír en aceite y servir</li> </ul>				

**Fuente:** Trabajo e Investigación de campo

**Elaborado por:** Silvia Remache Y.

### Receta Estándar 4

<b>NOMBRE DE LA PREPARACION:</b> Pimientos rellenos de queso				
<b>GÉNERO: ENTRADA</b>		<b>CÓDIGO DE LA RECETA: 004</b>		
<b>PORCIONES: 5</b>			<b>VALORES</b>	
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	UNITARIO	TOTAL
Pimientos morrón	3	und	0.35	0.35
Queso mozzarella rallado	300	gr	1.10	1.10
Cebolla perla	150	gr	0.15	0.15
Nuez	40	gr	0.35	0.35
Apanadura	40	gr	0.20	0.20
Pimienta	3	gr	0.03	0.03
Sal	8	gr	0.05	0.05
Huevos	2	und	0.10	0.20
<b>COSTO MPD</b>				2.43
<b>Precio de venta con IVA (12%)</b>				2.72
<b>Costo por porción</b>				0.54
<b>PREPARACIÓN</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Cortar los pimientos a lo largo, sacar las pepas y venas</li> <li>➤ Mezclar el queso rallado, almendras, cebolla perla picada, apanadura y la pimienta</li> <li>➤ Batir solo las claras de los huevos a punto de nieve e incorporar a la mezcla anterior</li> <li>➤ Rellenar las mitades de los pimientos, rociar el queso mozzarella restante</li> <li>➤ Hornear hasta que este gratinado</li> </ul>				

**Fuente:** Trabajo e Investigación de campo

**Elaborado por:** Silvia Remache Y.

### Receta Estándar 5

<b>NOMBRE DE LA PREPARACION:</b> Ceviche de camarón				
<b>GÉNERO: ENTRADA</b>		<b>CÓDIGO DE LA RECETA: 005</b>		
<b>PORCIONES: 5</b>			<b>VALORES</b>	
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	UNITARIO	TOTAL
Camarón	25	und	2.80	2.80
Cebolla colorada	4	und	0.50	0.50
Limón zumo	10	ml	0.10	0.10
Salsa de tomate	40	gr	0.15	0.15
Aceite	10	ml	0.16	0.16
Naranja zumo	25	ml	0.15	0.15
Culandro	5	gr	0.03	0.03
Tomate de carne	5	und	0.75	0.75
Sal	1	cs	0.05	0.05
Pimienta	4	gr	0.05	0.05
Apio	1	rama	0.03	0.03
<b>COSTO MPD</b>				4.77
<b>Precio de venta con IVA (12%)</b>				5.34
<b>Costo por porción</b>				1.07
<b>PREPARACIÓN</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Cocinar los camarones con sal y apio en agua hirviendo</li> <li>➤ Cocinar el tomate y licuar</li> <li>➤ Picar la cebolla en corte pluma</li> <li>➤ Mezclar todos los ingredientes y rectificar sabores</li> </ul>				

**Fuente:** Trabajo e Investigación de campo

**Elaborado por:** Silvia Remache Y.

### Receta Estándar 6

<b>NOMBRE DE LA PREPARACION:</b> <b>Medallones de pollo en salsa de maracuyá</b>				
<b>GÉNERO: PLATO FUERTE- PROTEINA    CÓDIGO DE LA RECETA: 001</b>				
<b>PORCIONES:    5</b>			<b>VALORES</b>	
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	UNITARIO	TOTAL
Pollo	800	gr	2.00	2.00
Jamón	2	und	0.15	0.15
Queso de mozzarella	80	gr	0.75	0.75
Hilo de bridar	100	cm	0.20	0.20
Sal	8	gr	0.05	0.05
Pimienta	3	gr	0.04	0.04
Aceite	40	ml	0.15	0.15
Para la salsa				
Fondo claro	400	ml	0.50	0.50
Maicena	30	gr	0.08	0.08
Cebolla perla	50	gr	0.06	0.06
Mantequilla	10	gr	0.10	0.10
Ajo	25	gr	0.05	0.05
Maracuyá	5	und	0.40	0.40
Sal	2	gr	0.03	0.03
Pimienta	1	gr	0.01	0.01
<b>COSTO MPD</b>				4.57
<b>Precio de venta con IVA (12%)</b>				5.12
<b>Costo por porción</b>				1.02
<b>PREPARACIÓN</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Salpimentar el pollo, colocar el queso, jamón y bridar</li> <li>➤ Sellar el medallón y hornear aproximadamente una hora</li> <li>➤ Para la salsa saltear en mantequilla el ajo y la cebolla</li> <li>➤ Agregar el zumo de maracuyá conjuntamente con el fondo</li> <li>➤ Espesar con maicena y rectificar sabores</li> </ul>				

**Fuente:** Trabajo e Investigación de campo

**Elaborado por:** Silvia Remache Y.

### Receta Estándar 7

<b>NOMBRE DE LA PREPARACION:</b> Arroz en finas hiervas				
<b>GÉNERO: FUERTE- CARBOHIDRATOS</b>			<b>CÓDIGO DE LA RECETA: 001</b>	
<b>PORCIONES: 5</b>			<b>VALORES</b>	
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	UNITARIO	TOTAL
Arroz	460	gr	0.40	0.40
Aceite	40	ml	0.15	0.15
Cilandro	15	gr	0.05	0.05
Perejil	15	gr	0.06	0.06
Sal	1	cs	0.03	0.03
Agua	1000	ml		
<b>COSTO MPD</b>				0.69
<b>Precio de venta con IVA (12%)</b>				0.77
<b>Costo por porción</b>				0.15
<b>PREPARACIÓN</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Cocinar el arroz con sal y aceite</li> <li>➤ Una vez cocido el arroz mezclar con las hierbitas</li> <li>➤ Servir caliente</li> </ul>				

**Fuente:** Trabajo e Investigación de campo

**Elaborado por:** Silvia Remache Y.

### Receta Estándar 8

<b>NOMBRE DE LA PREPARACION:</b> Papa pera				
<b>GÉNERO: FUERTE- CARBOHIDRATOS</b>		<b>CÓDIGO DE LA RECETA: 001</b>		
<b>PORCIONES: 5</b>			<b>VALORES</b>	
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	UNITARIO	TOTAL
Papa	300	gr	0.30	0.30
Huevo	1	und	0.10	0.10
Mantequilla	25	gr	0.15	0.15
Leche	25	ml	0.10	0.10
Apanadura	150	gr	0.25	0.25
Aceite	200	gr	0.40	0.40
Sal	1	ct	0.05	0.05
<b>COSTO MPD</b>				1.35
<b>Precio de venta con IVA (12%)</b>				1.51
<b>Costo por porción</b>				0.30
<b>PREPARACIÓN</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Cocinar la papa con sal, y majar</li> <li>➤ Mezclar la papa majada con huevo y mantequilla</li> <li>➤ Moldear la papa en forma de pera</li> <li>➤ Mezclar la leche con los huevos</li> <li>➤ Pasar la papa por la mezcla anterior, en apanadura y freír</li> <li>➤ Servir caliente</li> </ul>				

**Fuente:** Trabajo e Investigación de campo

**Elaborado por:** Silvia Remache Y.

### Receta Estándar 9

<b>NOMBRE DE LA PREPARACION:</b> <b>Vegetales salteados al ajillo</b>				
<b>GÉNERO: P. FUERTE- VEGETALES</b>			<b>CÓDIGO DE LA RECETA: 001</b>	
<b>PORCIONES: 5</b>			<b>VALORES</b>	
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	UNITARIO	TOTAL
Zanahoria	300	gr	0.30	0.30
Vainita	300	gr	0.30	0.30
Perejil	20	gr	0.05	0.05
Ajo	20	gr	0.10	0.10
Sal	10	gr	0.04	0.04
Pimienta	18	gr	0.04	0.04
Mantequilla	40	gr	0.15	0.15
<b>COSTO MPD</b>				0.98
<b>Precio de venta con IVA (12%)</b>				1.10
<b>Costo por porción</b>				0.22
<b>PREPARACIÓN</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Blanquear la vainita, zanahoria en bastones y escurrir</li> <li>➤ Saltear los vegetales en mantequilla con ajo repicado</li> <li>➤ Agregar sal, pimienta y añadir perejil picado</li> <li>➤ Servir caliente</li> </ul>				

**Fuente:** Trabajo e Investigación de campo

**Elaborado por:** Silvia Remache Y.



### Receta Estándar 10

<b>NOMBRE DE LA PREPARACION:</b> Cordon blue de pollo en salsa golf				
<b>GÉNERO: PLATO FUERTE- PROTEINA    CÓDIGO DE LA RECETA: 002</b>				
<b>PORCIONES:    5</b>			<b>VALORES</b>	
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	UNITARIO	TOTAL
Romanas de pollo	800	gr	2.25	2.25
Jamón	5	und	0.50	0.50
Queso mozzarella	125	gr	0.75	0.75
Sal	20	gr	0.06	0.06
Pimienta	14	gr	0.05	0.05
Apanadura	230	gr	0.55	0.55
Huevos	2	und	0.15	0.30
Aceite	400	ml	0.35	0.35
Para la salsa				
Ron	5	ml	0.10	0.10
Mayonesa	250	gr	0.20	0.20
Salsa de tomate	150	gr	0.15	0.15
Naranja	1	und	0.15	0.15
<b>COSTO MPD</b>				5.06
<b>Precio de venta con IVA (12%)</b>				5.56
<b>Costo por porción</b>				1.11
<b>PREPARACIÓN</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Inserir el pollo, salpimentar e insertar laminas de jamón y queso</li> <li>➤ Enrollar el pollo, pasar por huevo batido y apanar</li> <li>➤ Para la salsa mezclar la salsa de tomate, mayonesa, zumo de naranja, ron, pimienta, sal y rectificar sabores</li> </ul>				

**Fuente:** Trabajo e Investigación de campo

**Elaborado por:** Silvia Remache Y.

### Receta Estándar 11

<b>NOMBRE DE LA PREPARACION:</b> Arroz al curry				
<b>GÉNERO: FUERTE- CARBOHIDRATOS    CÓDIGO DE LA RECETA: 002</b>				
<b>PORCIONES:    5</b>			<b>VALORES</b>	
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	UNITARIO	TOTAL
Arroz	460	gr	0.40	0.40
Curry	40	gr	0.15	0.15
Sal	1	cs	0.03	0.03
Aceite	40	ml	0.15	0.15
Agua	1000	ml		
<b>COSTO MPD</b>				0.73
<b>Precio de venta con IVA (12%)</b>				0.81
<b>Costo por porción</b>				0.16
<b>PREPARACIÓN</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Cocinar el arroz con sal, aceite y el curry</li> <li>➤ Servir caliente</li> </ul>				

**Fuente:** Trabajo e Investigación de campo

**Elaborado por:** Silvia Remache Y.

## Receta Estándar 12

<b>NOMBRE DE LA PREPARACION:</b> Papa suspiro				
<b>GÉNERO: FUERTE- CARBOHIDRATOS CÓDIGO DE LA RECETA: 002</b>				
<b>PORCIONES: 5</b>			<b>VALORES</b>	
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	UNITARIO	TOTAL
Papa	300	gr	0.30	0.30
Huevo	1	und	0.10	0.10
Mantequilla	25	gr	0.15	0.15
Leche	15	ml	0.10	0.10
Sal	1	cs	0.03	0.03
<b>COSTO MPD</b>				0.68
<b>Precio de venta con IVA (12%)</b>				0.76
<b>Costo por porción</b>				0.15
<b>PREPARACIÓN</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Cocinar la papa con sal</li> <li>➤ Majar la papa, añadir leche, huevo y mantequilla</li> <li>➤ Darle forma de suspiro con una manga pastelera</li> <li>➤ Hornear aproximadamente 15 minutos</li> </ul>				

**Fuente:** Trabajo e Investigación de campo

**Elaborado por:** Silvia Remache Y.

### Receta Estándar 13

<b>NOMBRE DE LA PREPARACION:</b> Ensalada rusa				
<b>GÉNERO: PLATO FUERTE – VEGETALES    CÓDIGO DE LA RECETA: 002</b>				
<b>PORCIONES: 5</b>			<b>VALORES</b>	
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	UNITARIO	TOTAL
Vainita	150	gr	0.30	0.30
Choclo	150	gr	0.45	0.45
Arveja	100	gr	0.25	0.25
Zanahoria	150	gr	0.25	0.25
Mayonesa	150	gr	0.30	0.30
Perejil	20	gr	0.05	0.05
Sal	1	cs	0.03	0.03
<b>COSTO MPD</b>				1.63
<b>Precio de venta con IVA (12%)</b>				1.83
<b>Costo por porción</b>				0.36
<b>PREPARACIÓN</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Cocinar con sal la vainita, zanahoria en brunoise, igualmente el choclo y la arveja individualmente</li> <li>➤ Mezclar los vegetales con mayonesa y perejil</li> <li>➤ Rectificar sabores</li> </ul>				

**Fuente:** Trabajo e Investigación de campo

**Elaborado por:** Silvia Remache Y.

## Receta Estándar 14

<b>NOMBRE DE LA PREPARACION:</b> Lomo en salsa de champiñones				
<b>GÉNERO: PLATO FUERTE- PROTEINA</b>		<b>CÓDIGO DE LA RECETA: 003</b>		
<b>PORCIONES: 5</b>			<b>VALORES</b>	
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	UNITARIO	TOTAL
Lomo de res	900	gr	4.20	4.20
Sal	12	gr	0.03	0.03
Pimienta	6	gr	0.03	0.03
Aceite	100	ml	0.75	0.75
Para la salsa				
Fondo oscuro	500	ml	0.50	0.50
Champiñones	100	gr	0.10	0.10
Harina	30	gr	0.12	0.12
Cebolla perla	25	gr	0.10	0.10
Ajo	15	gr	0.10	0.10
Mantequilla	35	gr	0.15	0.15
Pimienta	8	gr	0.04	0.04
Sal	18	gr	0.05	0.05
<b>COSTO MPD</b>				6.15
<b>Precio de venta con IVA (12%)</b>				6.88
<b>Costo por porción</b>				1.38
<b>PREPARACIÓN</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Cortar el lomo en porciones de 180gr</li> <li>➤ Salpimentar y colocar en la plancha hasta obtener la cocción deseada</li> <li>➤ Para la salsa, dorar la cebolla y el ajo repicados con mantequilla</li> <li>➤ Añadir los champiñones, pimienta y el fondo oscuro a la preparación anterior</li> <li>➤ Para espesar la salsa realizar un roux con 50 % mantequilla y 50% de harina</li> <li>➤ Rectificar sabores</li> </ul>				

**Fuente:** Trabajo e Investigación de campo  
**Elaborado por:** Silvia Remache Y.

### Receta Estándar 15

<b>NOMBRE DE LA PREPARACION:</b> Arroz verde				
<b>GÉNERO: P.FUERTE –CARBOHIDRATOS CÓDIGO DE LA RECETA: 003</b>				
<b>PORCIONES: 5</b>			<b>VALORES</b>	
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	UNITARIO	TOTAL
Arroz	460	gr	0.40	0.40
Espinaca	150	gr	0.20	0.20
Sal	1	cs	0.03	0.03
Aceite	40	ml	0.15	0.15
Agua	1000	ml		
<b>COSTO MPD</b>				0.78
<b>Precio de venta con IVA (12%)</b>				0.87
<b>Costo por porción</b>				0.17
<b>PREPARACIÓN</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Cocinar el arroz con sal y aceite</li> <li>➤ Cocinar la espinaca y licuar</li> <li>➤ Una vez cocido el arroz mezclar con la espinaca</li> <li>➤ Servir caliente</li> </ul>				

**Fuente:** Trabajo e Investigación de campo

**Elaborado por:** Silvia Remache Y.

### Receta Estándar 16

<b>NOMBRE DE LA PREPARACION:</b> Suflé de papa				
<b>GÉNERO: P.FUERTE –CARBOHIDRATOS    CÓDIGO DE LA RECETA:003</b>				
<b>PORCIONES:     5</b>			<b>VALORES</b>	
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	UNITARIO	TOTAL
Papa	600	gr	0.45	0.45
Mantequilla	100	gr	0.20	0.20
Huevos	2	und	0.15	0.30
Crema de leche	60	gr	0.40	0.40
Sal	8	gr	0.04	0.04
Pimienta	3	gr	0.05	0.05
<b>COSTO MPD</b>				1.42
<b>Precio de venta con IVA (12%)</b>				1.59
<b>Costo por porción</b>				0.30
<b>PREPARACIÓN</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Cocinar la papa con sal</li> <li>➤ Majar la papa y colocar crema de leche, huevos, pimienta y batir</li> <li>➤ En un pirex colocar la mezcla anterior y hornear aproximadamente 20 minutos</li> <li>➤ Servir caliente</li> </ul>				

**Fuente:** Trabajo e Investigación de campo

**Elaborado por:** Silvia Remache Y.

### Receta Estándar 17

<b>NOMBRE DE LA PREPARACION:</b> Ensalada tropical				
<b>GÉNERO: PLATO FUERTE –VEGETALES    CÓDIGO DE LA RECETA: 003</b>				
<b>PORCIONES:    5</b>			<b>VALORES</b>	
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	UNITARIO	TOTAL
Manzana	2	und	0.40	0.40
Uvas verdes y rojas	400	gr	0.80	0.80
Mango	300	gr	0.50	0.50
Lechuga	60	gr	0.30	0.30
Yogurt natural	250	ml	0.40	0.40
Sal	1	ct	0.03	0.03
Pimienta	2	gr	0.03	0.03
Orégano	2	gr	0.03	0.03
<b>COSTO MPD</b>				2.49
<b>Precio de venta con IVA (12%)</b>				2.79
<b>Costo por porción</b>				0.56
<b>PREPARACIÓN</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Picar la manzana y el mango en bastones</li> <li>➤ Deshuesar la uva y cortar en cuartos</li> <li>➤ Para el aderezo mezclar el yogurt con sal, pimienta y orégano</li> <li>➤ Mezclar las frutas picadas con el aderezo</li> <li>➤ Lavar la lechuga y al montar el plato la utilizamos como base de la ensalada</li> </ul>				

**Fuente:** Trabajo e Investigación de campo

**Elaborado por:** Silvia Remache Y.



### Receta Estándar 18

<b>NOMBRE DE LA PREPARACION:</b> Pollo a la naranja				
<b>GÉNERO: PLATO FUERTE- PROTEINA</b>			<b>CÓDIGO DE LA RECETA:004</b>	
<b>PORCIONES: 5</b>			<b>VALORES</b>	
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	UNITARIO	TOTAL
Pollo	900	gr	2.50	2.50
Sal	20	gr	0.06	0.06
Pimienta	14	gr	0.05	0.05
Para la salsa				
Naranja	500	ml	0.40	0.40
Azúcar	100	gr	0.10	0.10
Gaseosa de naranja	250	ml	0.25	0.25
Fécula de maíz	30	gr	0.10	0.10
<b>COSTO MPD</b>				3.46
<b>Precio de venta con IVA (12%)</b>				3.88
<b>Costo por porción</b>				0.78
<b>PREPARACIÓN</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Limpiar el pollo y filetear el pollo de 180 gr cada uno</li> <li>➤ Salpimentar el pollo y dorar a fuego medio en la plancha</li> <li>➤ Realizar caramelo con el azúcar y agregar la gaseosa conjuntamente con el zumo de naranja</li> <li>➤ Espesar con fécula de maíz</li> <li>➤ Bañar al pollo con la salsa al momento de servir</li> </ul>				

**Fuente:** Trabajo e Investigación de campo

**Elaborado por:** Silvia Remache Y.

### Receta Estándar 19

<b>NOMBRE DE LA PREPARACION:</b> Arroz al pimiento				
<b>GÉNERO: FUERTE – CARBOHIDRATOS    CÓDIGO DE LA RECETA: 004</b>				
<b>PORCIONES:        5</b>			<b>VALORES</b>	
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	UNITARIO	TOTAL
Arroz	460	gr	0.40	0.40
Sal	1	cs	0.03	0.03
Aceite	40	ml	0.15	0.15
Pimiento rojo y verde	50	gr	0.25	0.25
Mantequilla	20	gr	0.15	0.15
Crema de leche	20	gr	0.20	0.20
Jamón	2	und	0.25	0.25
Agua	1000	ml		
<b>COSTO MPD</b>				1.43
<b>Precio de venta con IVA (12%)</b>				1.60
<b>Costo por porción</b>				0.32
<b>PREPARACIÓN</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Cocinar el arroz con sal y aceite</li> <li>➤ Picar en brunoise el pimiento, jamón y saltear con mantequilla</li> <li>➤ Agregar crema de leche a la preparación anterior</li> <li>➤ Mezclar con el arroz cocido</li> <li>➤ Servir caliente</li> </ul>				

**Fuente:** Trabajo e Investigación de campo

**Elaborado por:** Silvia Remache Y.

## Receta Estándar 20

<b>NOMBRE DE LA PREPARACION:</b> Papa al perejil				
<b>GÉNERO: P.FUERTE – CARBOHIDRATOS CÓDIGO DE LA RECETA:</b> 004				
<b>PORCIONES: 5</b>			<b>VALORES</b>	
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	UNITARIO	TOTAL
Papa	400	gr	0.25	0.25
Sal	1	cs	0.05	0.05
Perejil	40	gr	0.10	0.10
Mantequilla	30	gr	0.25	0.25
<b>COSTO MPD</b>				0.65
<b>Precio de venta con IVA (12%)</b>				0.73
<b>Costo por porción</b>				0.14
<b>PREPARACIÓN</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Lavar las papas, pelar y picar en dados</li> <li>➤ Cocinar las papas con sal</li> <li>➤ Escurrir y saltear la papa en mantequilla</li> <li>➤ Agregar perejil picado</li> <li>➤ Servir caliente</li> </ul>				

**Fuente:** Trabajo e Investigación de campo

**Elaborado por:** Silvia Remache Y.

### Receta Estándar 21

<b>NOMBRE DE LA PREPARACION:</b> Ensalada waldorf				
<b>GÉNERO: P.FUERTE – VEGETALES</b>			<b>CÓDIGO DE LA RECETA: 004</b>	
<b>PORCIONES: 5</b>			<b>VALORES</b>	
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	UNITARIO	TOTAL
Apio	100	gr	0.25	0.25
Choclo	150	gr	0.40	0.40
Papa	150	gr	0.30	0.30
Manzana	150	gr	0.30	0.30
Uva	150	gr	0.40	0.40
Mayonesa	100	gr	0.25	0.25
Perejil	25	gr	0.05	0.05
<b>COSTO MPD</b>				2.15
<b>Precio de venta con IVA (12%)</b>				2.40
<b>Costo por porción</b>				0.48
<b>PREPARACIÓN</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Lavar la papa, pelar y picar en small dice</li> <li>➤ Lavar las frutas, cortar la manzana en small dice, deshuesar la uva y cortar en cuartos</li> <li>➤ Cortar en brunoise solo el tallo del perejil</li> <li>➤ Cocinar la papa con sal y el choclo individualmente</li> <li>➤ Mezclar todos los ingredientes con mayonesa y perejil</li> <li>➤ Servir</li> </ul>				

**Fuente:** Trabajo e Investigación de campo

**Elaborado por:** Silvia Remache Y.

## Receta Estándar 22

<b>NOMBRE DE LA PREPARACION:</b> Lomo en salsa de ciruela				
<b>GÉNERO: P.FUERTE – PROTEINACÓDIGO DE LA RECETA: 005</b>				
<b>PORCIONES: 5</b>			<b>VALORES</b>	
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	UNITARIO	TOTAL
Lomo	900	gr	4.20	4.20
Sal	12	gr	0.10	0.10
Pimienta	4	und	0.03	0.03
Aceite	15	ml	0.10	0.10
Para la salsa				
Ciruela pasa	200	gr	0.50	0.50
Fondo oscuro	500	ml	0.50	0.50
Sal	5	gr	0.03	0.03
Laurel	1	und	0.02	0.02
Maicena	30	gr	0.15	0.15
<b>COSTO MPD</b>				5.63
<b>Precio de venta con IVA (12%)</b>				6.31
<b>Costo por porción</b>				1.26
<b>PREPARACIÓN</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Cortar el lomo en porciones de 180gr</li> <li>➤ Salpimentar y colocar en la plancha hasta obtener la cocción deseada</li> <li>➤ Para la salsa, licuar ciruela pasa, sal, fondo oscuro y hervir</li> <li>➤ Agregar maicena para espesar la salsa</li> <li>➤ Rectificar sabores</li> </ul>				

**Fuente:** Trabajo e Investigación de campo

**Elaborado por:** Silvia Remache Y.

### Receta Estándar 23

<b>NOMBRE DE LA PREPARACION:</b> Arroz con nuez				
<b>GÉNERO: P. FUERTE –CARBOHIDRATOS    CÓDIGO DE LA RECETA:005</b>				
<b>PORCIONES:    5</b>			<b>VALORES</b>	
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	UNITARIO	TOTAL
Arroz	460	gr	0.40	0.40
Sal	1	cs	0.05	0.05
Aceite	40	ml	0.15	0.15
Nuez	200	gr	0.60	0.60
Agua	1000	ml		
<b>COSTO MPD</b>				1.20
<b>Precio de venta con IVA (12%)</b>				1.34
<b>Costo por porción</b>				0.28
<b>PREPARACIÓN</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Cocinar el arroz con sal y aceite</li> <li>➤ Picar la nuez y mezclar con el arroz cocido</li> <li>➤ Servir caliente</li> </ul>				

**Fuente:** Trabajo e Investigación de campo

**Elaborado por:** Silvia Remache Y.

### Receta Estándar 24

<b>NOMBRE DE LA PREPARACION:</b> Papa al horno				
<b>GÉNERO: P. FUERTE – CARBOHIDRATOS CÓDIGO DE LA RECETA: 005</b>				
<b>PORCIONES: 5</b>			<b>VALORES</b>	
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	UNITARIO	TOTAL
Papa	400	gr	0.25	0.25
Sal	1	cs	0.05	0.05
Queso de mesa	200	gr	0.50	0.50
Mantequilla	30	gr	0.25	0.25
Huevos	1	gr	0.15	0.15
<b>COSTO MPD</b>				1.20
<b>Precio de venta con IVA (12%)</b>				1.34
<b>Costo por porción</b>				0.29
<b>PREPARACIÓN</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Cocinar la papa con sal</li> <li>➤ Majar la papa y agregar los huevos y la mantequilla</li> <li>➤ Hacer bolitas de papa con el queso rallado</li> <li>➤ Hornear hasta que se dore</li> </ul>				

**Fuente:** Trabajo e Investigación de campo

**Elaborado por:** Silvia Remache Y.

### Receta Estándar 25

<b>NOMBRE DE LA PREPARACION:</b> Ensalada mixta				
<b>GÉNERO: P. FUERTE – VEGETALES</b>			<b>CÓDIGO DE LA RECETA: 005</b>	
<b>PORCIONES: 5</b>			<b>VALORES</b>	
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	UNITARIO	TOTAL
Manzana	300	gr	0.50	0.50
Choclo	400	gr	0.60	0.60
Zanahoria	150	gr	0.15	0.15
Mayonesa	100	gr	0.25	0.25
Perejil	20	gr	0.05	0.05
<b>COSTO MPD</b>				1.55
<b>Precio de venta con IVA (12%)</b>				1.74
<b>Costo por porción</b>				0.35
<b>PREPARACIÓN</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Cocinar el choclo</li> <li>➤ Cortar en small dice las manzanas y rallar la zanahoria cruda</li> <li>➤ Mezclar todos los ingredientes con mayonesa y agregar perejil</li> </ul>				

**Fuente:** Trabajo e Investigación de campo

**Elaborado por:** Silvia Remache Y.



### Receta Estándar 26

<b>NOMBRE DE LA PREPARACION:</b> Creppes de frutas				
<b>GÉNERO: POSTRE</b>			<b>CÓDIGO DE LA RECETA: 001</b>	
<b>PORCIONES: 5</b>			<b>VALORES</b>	
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	UNITARIO	TOTAL
Harina	360	gr	0.35	0.35
Polvo de hornear	5	gr	0.05	0.05
Azúcar	10	gr	0.03	0.03
Sal	10	gr	0.03	0.03
Huevos	2	und	0.15	0.15
Leche	1	taza	0.20	0.20
Mantequilla	2	cdas	0.15	0.30
Fresas	75	gr	0.20	0.20
Duraznos	75	gr	0.20	0.20
Bananas	75	gr	0.20	0.20
<b>COSTO MPD</b>				1.71
<b>Precio de venta con IVA (12%)</b>				1.92
<b>Costo por porción</b>				0.38
<b>PREPARACIÓN</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Licuamos la leche conjuntamente con los huevos, sal, azúcar y la mantequilla fundida</li> <li>➤ Incorporamos la harina con el polvo de hornear, hasta conseguir el punto deseado</li> <li>➤ Realizamos las crepes con el modelo y tamaño deseado sobre un sartén apenas engrasado</li> <li>➤ Rellenamos con las frutas</li> <li>➤ Servir</li> </ul>				

**Fuente:** Trabajo e Investigación de campo

**Elaborado por:** Silvia Remache Y.

### Receta Estándar 27

<b>NOMBRE DE LA PREPARACION:</b> Queso de piña				
<b>GÉNERO: POSTRE</b>			<b>CÓDIGO DE LA RECETA: 002</b>	
<b>PORCIONES: 5</b>			<b>VALORES</b>	
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	UNITARIO	TOTAL
Gelatina sin sabor	1	cs	0.18	0.18
Piña	1	und	0.75	0.75
Gelatina sabor a piña	3	cs	0.23	0.23
Leche	1000	ml	0.50	0.50
Crema de leche	250	gr	0.60	0.60
Azúcar	100	gr	0.10	0.10
canela	2	ramas	0.10	0.10
Agua	1000	ml		
<b>COSTO MPD</b>				2.46
<b>Precio de venta con IVA (12%)</b>				2.76
<b>Costo por porción</b>				0.55
<b>PREPARACIÓN</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Hervir la leche</li> <li>➤ Pelar la piña , picar en dados y cocinar en agua con azúcar y canela</li> <li>➤ Licuar 10gr de gelatina sin sabor, 8gr de gelatina sabor a piña y el agua en la que cocinamos la piña que debe estar caliente</li> <li>➤ En un molde colocar toda la piña cocinada como base para lo licuado anteriormente</li> <li>➤ Licuar la crema de leche, leche, gelatina sin sabor y la gelatina sabor a piña</li> <li>➤ Colocamos como segunda capa en el molde y refrigerar</li> </ul>				

**Fuente:** Trabajo e Investigación de campo

**Elaborado por:** Silvia Remache Y.

### Receta Estándar 28

<b>NOMBRE DE LA PREPARACION:</b> <b>Dulce de higo con queso</b>				
<b>GÉNERO: POSTRE</b>			<b>CÓDIGO DE LA RECETA: 003</b>	
<b>PORCIONES: 5</b>			<b>VALORES</b>	
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	UNITARIO	TOTAL
Higos	10	und	1.00	1.00
Panela pequeña	½	und	0.63	0.63
Canela	4	ramas	0.20	0.20
Queso de mesa	50	gr	0.50	0.50
Agua	1000	ml		
<b>COSTO MPD</b>				1.71
<b>Precio de venta con IVA (12%)</b>				1.92
<b>Costo por porción</b>				0.38
<b>PREPARACIÓN</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Cocinar los higos en el agua con panela y canela</li> <li>➤ Dejar reducir hasta conseguir el punto deseado</li> <li>➤ Servir en copas y decorar con el queso</li> </ul>				

**Fuente:** Trabajo e Investigación de campo

**Elaborado por:** Silvia Remache Y.

### Receta Estándar 29

<b>NOMBRE DE LA PREPARACION:</b> <b>Frutillas en almíbar con crema</b>				
<b>GÉNERO: POSTRE</b>			<b>CÓDIGO DE LA RECETA: 004</b>	
<b>PORCIONES: 5</b>			<b>VALORES</b>	
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	UNITARIO	TOTAL
Frutillas	460	gr	1.25	1.25
Azúcar	200	gr	0.20	0.20
canela	4	ramas	0.20	0.20
Crema chantilly	1	sobre	0.30	0.30
Leche	1	taza	0.15	0.15
Agua	1000	ml		
<b>COSTO MPD</b>				2.10
<b>Precio de venta con IVA (12%)</b>				2.35
<b>Costo por porción</b>				0.47
<b>PREPARACIÓN</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Cocinar las frutillas en agua con azúcar y canela hasta obtener el punto deseado</li> <li>➤ Batir la crema chantilly con la leche</li> </ul>				

**Fuente:** Trabajo e Investigación de campo

**Elaborado por:** Silvia Remache Y.

### Receta Estándar 30

<b>NOMBRE DE LA PREPARACION:</b> Panacota				
<b>GÉNERO: POSTRE</b>			<b>CÓDIGO DE LA RECETA: 005</b>	
<b>PORCIONES: 5</b>			<b>VALORES</b>	
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	UNITARIO	TOTAL
Leche	500	ml	0.25	0.25
Crema de leche	300	ml	0.70	0.70
Esencia de vainilla	1	ct	0.15	0.15
Azúcar	50	gr	0.05	0.05
Gelatina sin sabor	15	gr	0.18	0.18
<b>COSTO MPD</b>				1.33
<b>Precio de venta con IVA (12%)</b>				1.49
<b>Costo por porción</b>				0.30
<b>PREPARACIÓN</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Hervir la leche</li> <li>➤ En la leche aun caliente agregar crema de leche, gelatina sin sabor ,azúcar y esencia de vainilla</li> <li>➤ Dejar hervir aproximadamente 5 minutos</li> <li>➤ Enfriar poner en moldes y refrigerar</li> </ul>				

**Fuente:** Trabajo e Investigación de campo

**Elaborado por:** Silvia Remache Y.

### Receta Estándar 31

<b>NOMBRE DE LA PREPARACION:</b> Nuggets de pollo				
<b>GÉNERO: PLATO FUERTE- NIÑOS</b>			<b>CÓDIGO DE LA RECETA: 001</b>	
<b>PORCIONES: 5</b>			<b>VALORES</b>	
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	UNITARIO	TOTAL
Filetes de pollo	500	gr	2.28	2.28
Apanadura	200	gr	0.35	0.35
Huevo	1	und	0.15	0.15
Sal	8	gr	0.03	0.03
Aceite	500	ml	0.87	0.87
Pimienta	3	gr	0.03	0.03
Papas	1000	gr	0.54	0.54
Salsa de tomate	100	gr	0.20	0.20
<b>COSTO MPD</b>				4.45
<b>Precio de venta con IVA (12%)</b>				4.98
<b>Costo por porción</b>				1.00
<b>PREPARACIÓN</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Salpimentar los filetes</li> <li>➤ Pasar los filetes por el huevo y la apanadura</li> <li>➤ Freír los filetes y las papas cortadas en bastones individualmente en aceite</li> <li>➤ Servir y agregar salsa de tomate</li> </ul>				

**Fuente:** Trabajo e Investigación de campo

**Elaborado por:** Silvia Remache Y.

### Receta Estándar 32

<b>NOMBRE DE LA PREPARACION:</b> <b>Hamburguesas de carne</b>				
<b>GÉNERO: PLATO FUERTE- NIÑOS</b>			<b>CÓDIGO DE LA RECETA: 002</b>	
<b>PORCIONES: 5</b>			<b>VALORES</b>	
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	UNITARIO	TOTAL
Carne molida	500	gr	1.52	1.52
Pan de hamburguesa	5	und	0.25	1.00
Tomate	1	und	0.15	0.15
Lechuga	125	gr	0.03	0.03
Cebolla perla	25	gr	0.15	0.15
Papas	1000	gr	0.54	0.54
Salsa de tomate	100	gr	0.20	0.20
Aceite	500	ml	0.87	0.87
Sal	50	gr	0.20	0.20
Pimienta	3	gr	0.03	0.03
<b>COSTO MPD</b>				4.69
<b>Precio de venta con IVA (12%)</b>				5.25
<b>Costo por porción</b>				1.05
<b>PREPARACIÓN</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Salpimentar la carne molida y dorar en la plancha</li> <li>➤ Cortar el tomate y la cebolla en aros</li> <li>➤ Lavar la lechuga y Porcionar en 25 gr cada pedazo</li> <li>➤ Cortar las papas en bastones y freír</li> <li>➤ Montar todos los ingredientes en el pan de hamburguesa alternadamente y agregar salsa de tomate</li> <li>➤ Servir</li> </ul>				

Fuente: Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Silvia Remache Y.

### Receta Estándar 33

<b>NOMBRE DE LA PREPARACION:</b> Súper salchipapa				
<b>GÉNERO: PLATO FUERTE- NIÑOS</b>			<b>CÓDIGO DE LA RECETA: 003</b>	
<b>PORCIONES: 5</b>			<b>VALORES</b>	
<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Papas	1000	gr	0.54	0.54
Salchicha	5	und	1.08	1.08
Cebolla colorada	60	gr	0.05	0.05
Tomate	60	gr	0.10	0.10
Aceite	500	ml	0.87	0.87
Sal	12	gr	0.04	0.04
Limón	5	ml	0.03	0.03
Salsa de tomate	100	gr	0.20	0.20
Mayonesa	100	gr	0.20	0.20
<b>COSTO MPD</b>				3.11
<b>Precio de venta con IVA (12%)</b>				3.48
<b>Costo por porción</b>				0.70
<b>PREPARACIÓN</b>				
<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Realizar un encurtido con la cebolla en corte pluma y el tomate en cuartos</li><li>➤ Agregar limón y aceite al tomate y cebolla y rectificar sabores</li><li>➤ Freír la salchicha</li><li>➤ Cortar las papas en bastones y freír</li><li>➤ Servir y agregar salsa de tomate y mayonesa</li></ul>				

Fuente: Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Silvia Remache Y.



### Receta Estándar 34

<b>NOMBRE DE LA PREPARACION:</b> <b>Sopa de Espinacas</b>				
<b>GÉNERO: ENTRADA - VEGETARIANOS</b>		<b>CÓDIGO DE LA RECETA: 001</b>		
<b>PORCIONES: 5</b>			<b>VALORES</b>	
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	UNITARIO	TOTAL
Espinacas	500	gr	0.50	0.50
Cebolla colorada	50	gr	0.10	0.10
Margarina	20	gr	0.15	0.15
Papas	460	gr	0.35	0.35
Ajo	30	gr	0.20	0.20
Sal	10	gr	0.10	0.10
Pimienta	3	gr	0.03	0.03
Agua				
<b>COSTO MPD</b>				1.43
<b>Precio de venta con IVA (12%)</b>				1.60
<b>Costo por porción</b>				0.32
<b>PREPARACIÓN</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Lavar las espinacas</li> <li>➤ Cortar en brunoise la cebolla, repicar el ajo y sofreír en la margarina</li> <li>➤ Añadir las papas cuando el agua este en ebullición</li> <li>➤ Una vez que las papas se hayan cocido al punto deseado, añadir la espinaca</li> <li>➤ Rectificar sabores con sal y pimienta</li> <li>➤ Servir caliente</li> </ul>				

**Fuente:** Trabajo e Investigación de campo

**Elaborado por:** Silvia Remache Y.

### Receta Estándar 35

<b>NOMBRE DE LA PREPARACION:</b> Vegetales salteados				
<b>GÉNERO: ENTRADA - VEGETARIANOS</b> <b>RECETA: 001</b>			<b>CÓDIGO DE LA</b>	
<b>PORCIONES: 5</b>			<b>VALORES</b>	
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	UNITARIO	TOTAL
Zuquini	350	gr	0.35	0.35
Pimiento verde	300	gr	0.15	0.15
Tomate de carne	300	gr	0.25	0.25
Berenjena	320	gr	0.30	0.30
Aceite de oliva	50	ml	1.25	1.25
Sal	6	gr	0.03	0.03
Pimienta	3	gr	0.02	0.02
<b>COSTO MPD</b>				2.35
<b>Precio de venta con IVA (12%)</b>				2.63
<b>Costo por porción</b>				0.52
<b>PREPARACIÓN</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Cortar en bastones el zuquini, el pimiento y la berenjena en aros, y el tomate en cuartos.</li> <li>➤ Saltear todos los vegetales hasta que se doren en aceite de oliva</li> <li>➤ Rectificar sabores con sal y pimienta</li> <li>➤ Servir caliente</li> </ul>				

**Fuente:** Trabajo e Investigación de campo

**Elaborado por:** Silvia Remache Y.

### Receta Estándar 36

<b>NOMBRE DE LA PREPARACION:</b> <b>Arroz con verduras y legumbres</b>				
<b>GÉNERO: P. FUERTE- VEGETARIANOS</b>		<b>CÓDIGO DE LA RECETA: 002</b>		
<b>PORCIONES: 5</b>			<b>VALORES</b>	
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	UNITARIO	TOTAL
Nabo	200	gr	0.25	0.25
Zanahoria	200	gr	0.30	0.30
Acelga	200	gr	0.20	0.20
Apio	150	gr	0.05	0.05
Cebolla colorada	150	gr	0.15	0.15
Tomate	300	gr	0.50	0.50
Ajo	15	gr	0.10	0.10
Lenteja	150	gr	0.40	0.40
Arroz	600	gr	0.80	0.80
Sal	8	gr	0.03	0.03
Aceite	10	ml	0.12	0.12
<b>COSTO MPD</b>				2.90
<b>Precio de venta con IVA (12%)</b>				3.25
<b>Costo por porción</b>				0.65
<b>PREPARACIÓN</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Cocinar el nabo, zanahoria, apio y las lentejas en abundante agua con sal</li> <li>➤ Repicar el ajo, cebolla, pimiento, tomate y realizar un sofrito con aceite</li> <li>➤ Cuando las legumbres estén casi apunto añadir el sofrito, el arroz y cocinar hasta el punto deseado</li> <li>➤ Servir</li> </ul>				

**Fuente:** Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Silvia Remache Y.

**Receta Estándar N°: 37**

<b>NOMBRE DE LA PREPARACION:</b> <b>Pasta con Tomates y Albahaca</b>				
<b>GÉNERO: P. FUERTE - VEGETARIANOS    CÓDIGO DE LA RECETA: 002</b>				
<b>PORCIONES:    5</b>			<b>VALORES</b>	
<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Pasta de tomate	100	gr	0.35	0.35
Tomate	200	gr	0.20	0.20
Albahaca	60	gr	0.25	0.25
Sal	15	gr	0.10	0.10
Pimienta	5	gr	0.05	0.05
Pasta macarrón	500	gr	0.80	0.80
<b>COSTO MPD</b>				1.75
<b>Precio de venta con IVA (12%)</b>				1.96
<b>Costo por porción</b>				0.39
<b>PREPARACIÓN</b>				
<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Cocinar la pasta al dente</li><li>➤ cocinar la pasta de tomate, el tomate en concasé, y la albahaca</li><li>➤ Rectificar sabores con sal y pimienta</li><li>➤ Servir la pasta y bañarla con la cocción del tomate</li></ul>				

**Fuente:** Trabajo e Investigación de campo

**Elaborado por:** Silvia Remache Y.

### Receta Estándar 38

<b>NOMBRE DE LA PREPARACION:</b> Zapallo con miel				
<b>GÉNERO: POSTRE - VEGETARIANOS</b>		<b>CÓDIGO DE LA RECETA: 003</b>		
<b>PORCIONES: 5</b>			<b>VALORES</b>	
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	UNITARIO	TOTAL
Zapallo	500	gr	0.62	0.62
Panela	250	gr	0.31	0.31
Canela	10	gr	0.03	0.03
<b>COSTO MPD</b>				0.96
<b>Precio de venta con IVA (12%)</b>				1.08
<b>Costo por porción</b>				0.27
<b>PREPARACIÓN</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Cortar el zapallo en dados</li> <li>➤ Cocinar el zapallo con panela y canela</li> <li>➤ Servir caliente</li> </ul>				

**Fuente:** Trabajo e Investigación de campo

**Elaborado por:** Silvia Remache Y.

### Receta Estándar 39

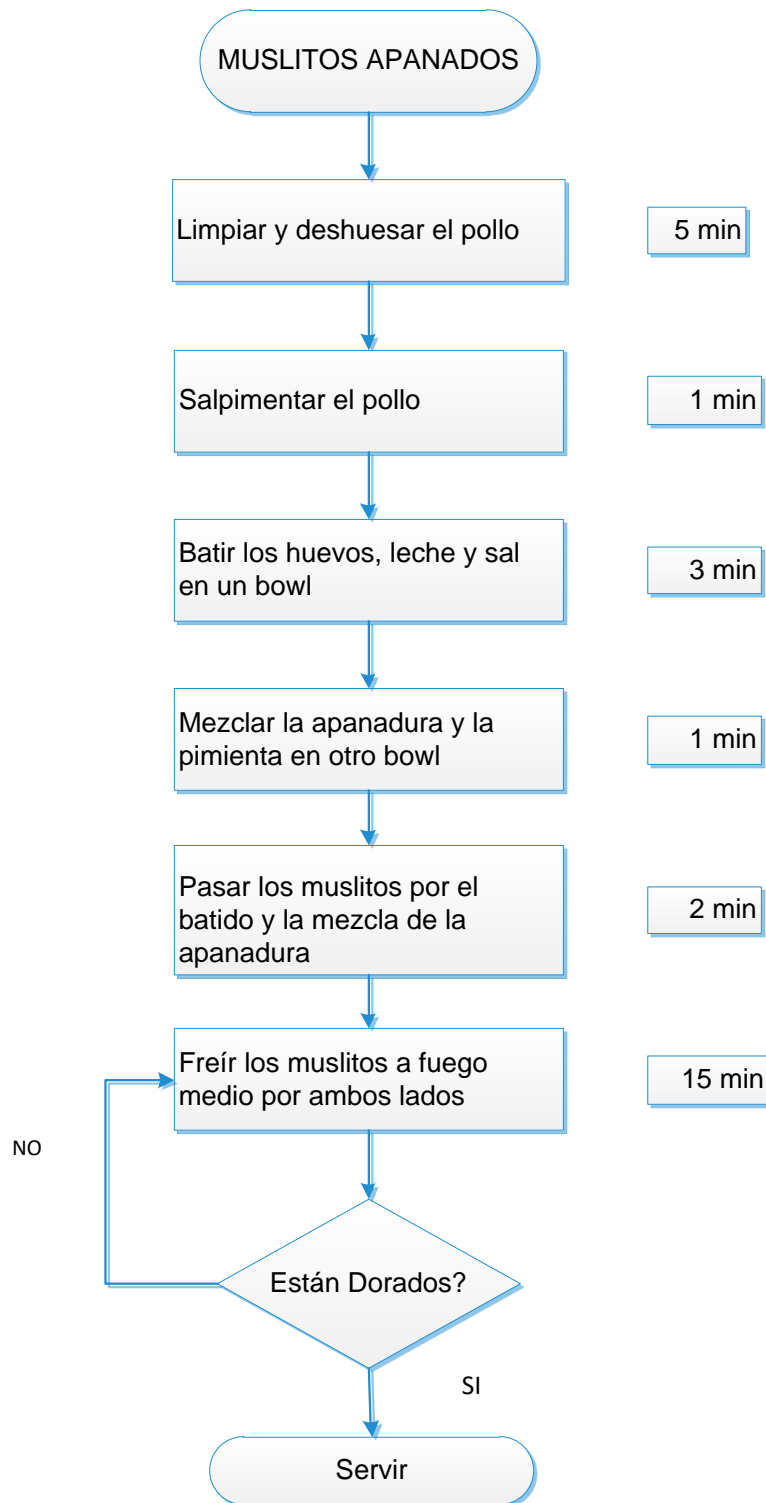
<b>NOMBRE DE LA PREPARACION:</b> <b>Maduros al horno</b>				
<b>GÉNERO: POSTRE - VEGETARIANOS</b>			<b>CÓDIGO DE LA RECETA: 003</b>	
<b>PORCIONES: 5</b>			<b>VALORES</b>	
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	UNITARIO	TOTAL
Maduros	500	gr	0.40	0.40
Mantequilla	100	gr	0.54	0.54
Azúcar	200	gr	0.40	0.40
<b>COSTO MPD</b>				1.34
<b>Precio de venta con IVA (12%)</b>				1.50
<b>Costo por porción</b>				0.30
<b>PREPARACIÓN</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Pelar los maduros</li> <li>➤ Enmantequillar un pirex y colocar los maduros dentro de este</li> <li>➤ Bañarlos con azúcar y ponerlos al horno hasta que estén acaramelados</li> <li>➤ Servir caliente</li> </ul>				

**Fuente:** Trabajo e Investigación de campo

**Elaborado por:** Silvia Remache Y.

## FLUJOGRAMAS DE PROCESOS PARA LAS RECETAS

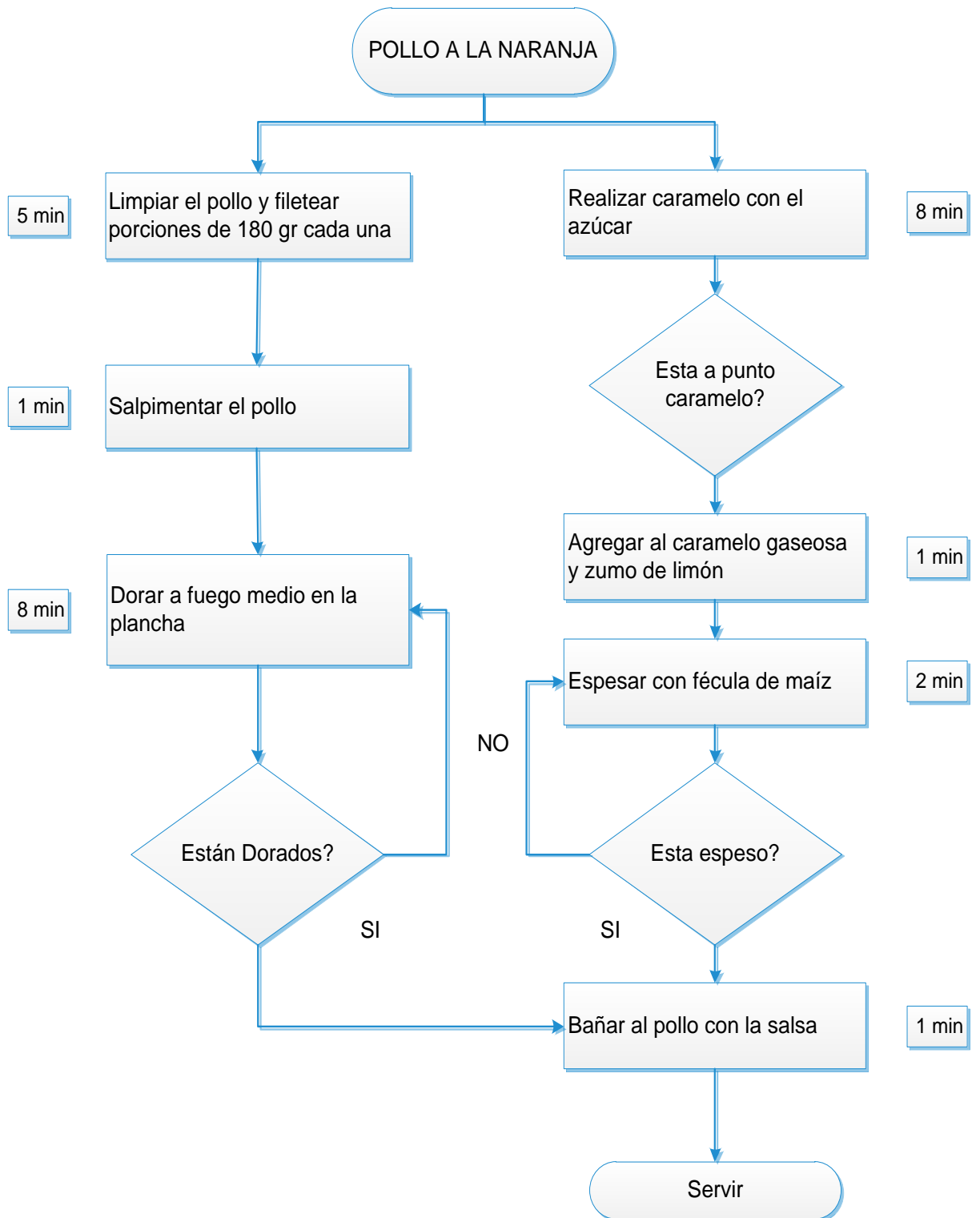
Figura N° 01: Proceso Muslitos Apanados



Total Tiempo: 27 min

**Fuente:** Trabajo e Investigación de campo  
**Elaborado por:** Silvia Remache Y.

**Figura N° 02:** Proceso Pollo a la Naranja



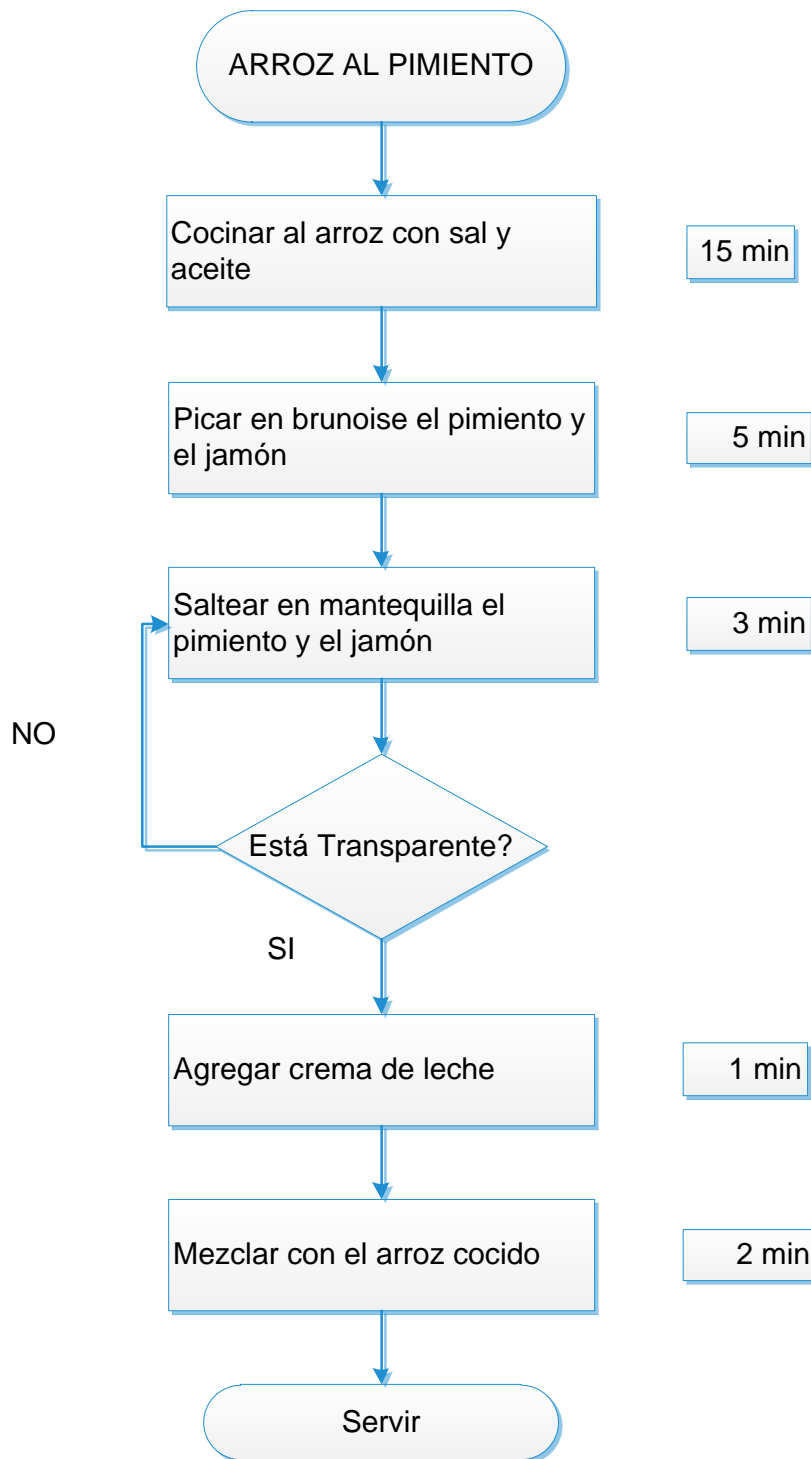
Total Tiempo: 26 min

**Fuente:** Trabajo e Investigación de campo

**Elaborado por:** Silvia Remache Y.



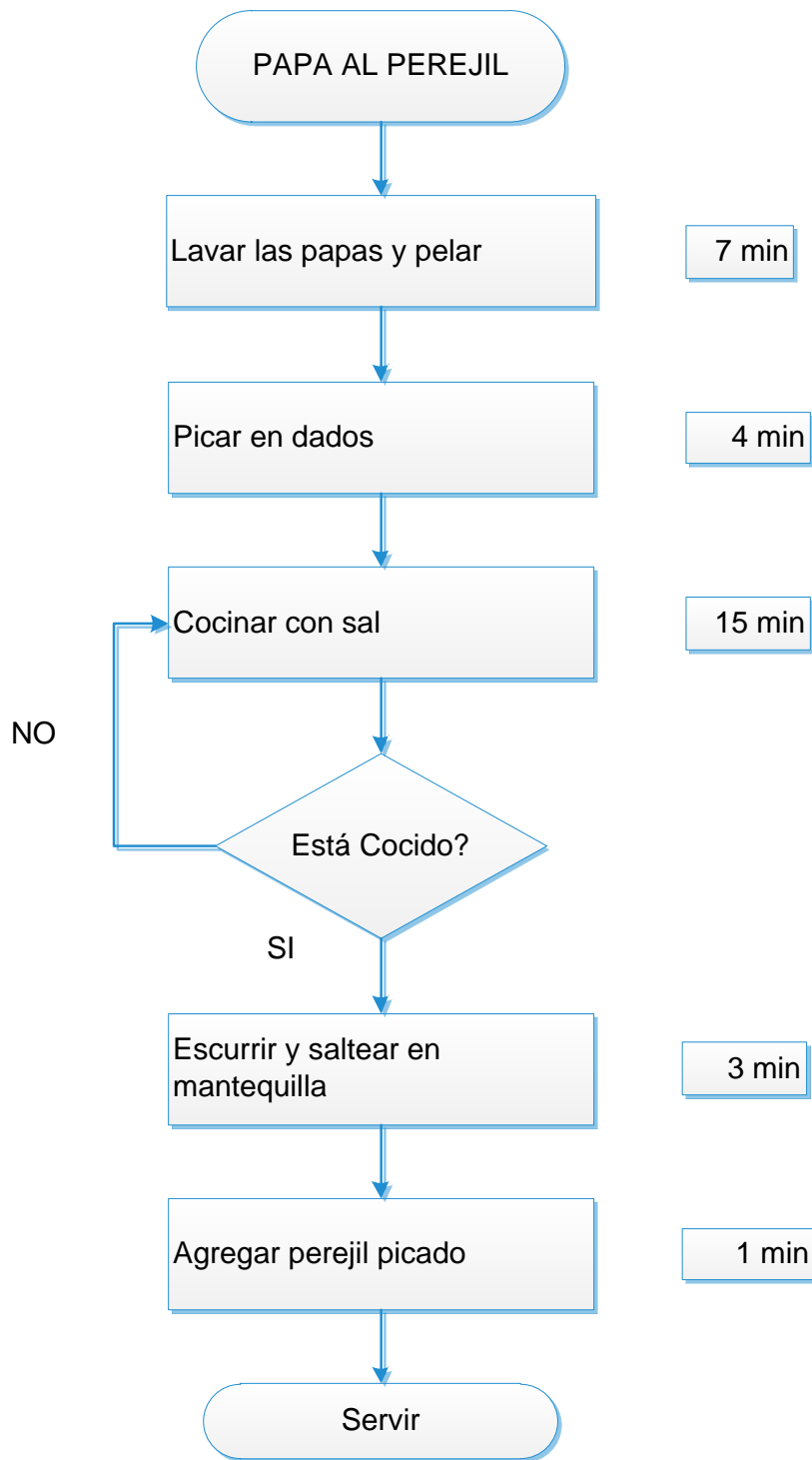
**Figura N° 03:** Proceso Arroz al Pimiento



Total Tiempo: 26 min

**Fuente:** Trabajo e Investigación de campo  
**Elaborado por:** Silvia Remache Y.

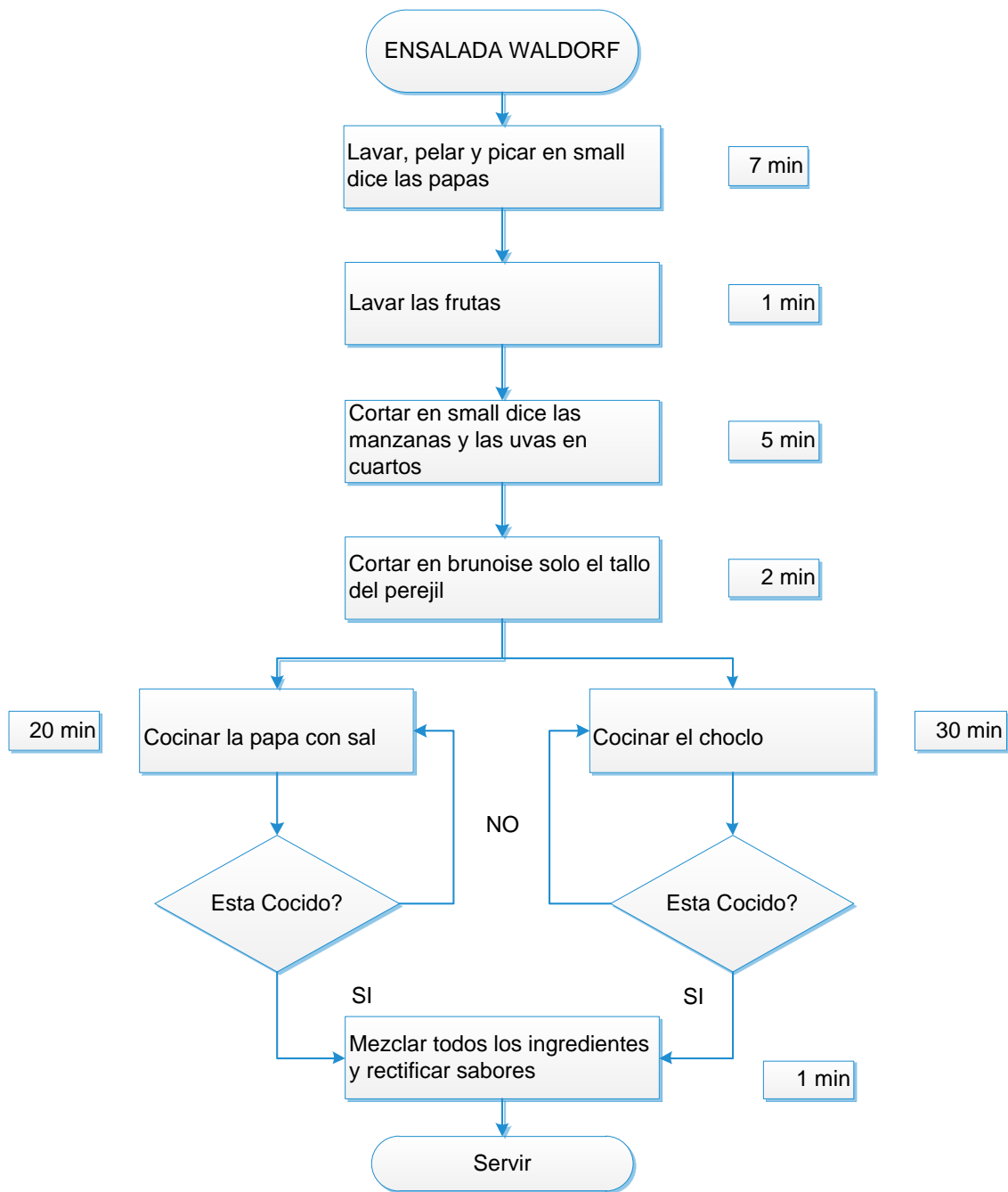
**Figura N° 04:** Proceso Papa al Perejil



Total Tiempo: 30 min

**Fuente:** Trabajo e Investigación de campo  
**Elaborado por:** Silvia Remache Y.

**Figura N° 05: Ensalada Waldorf**

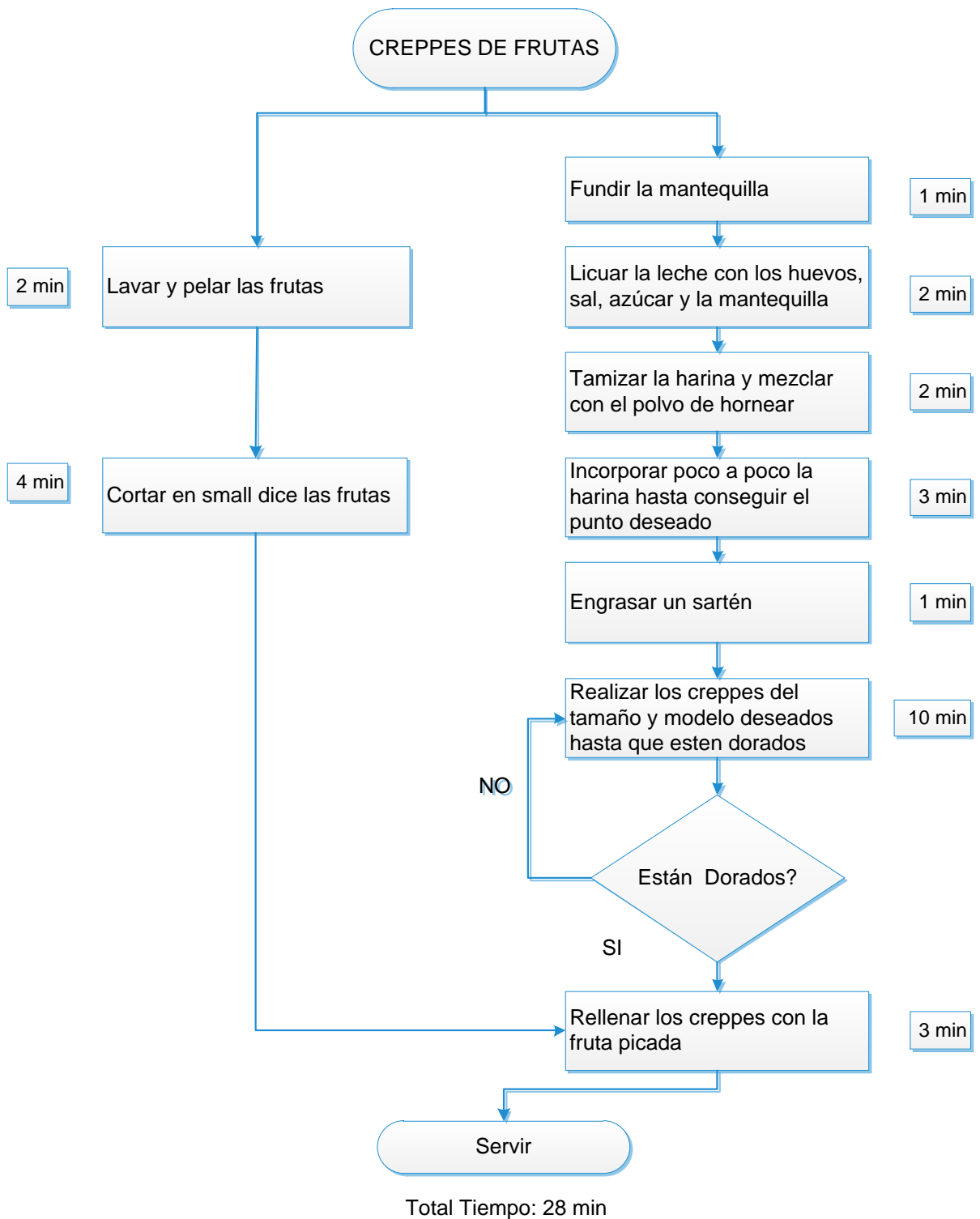


Total Tiempo: 1 H 36 min

**Fuente:** Trabajo e Investigación de campo

**Elaborado por:** Silvia Remache Y.

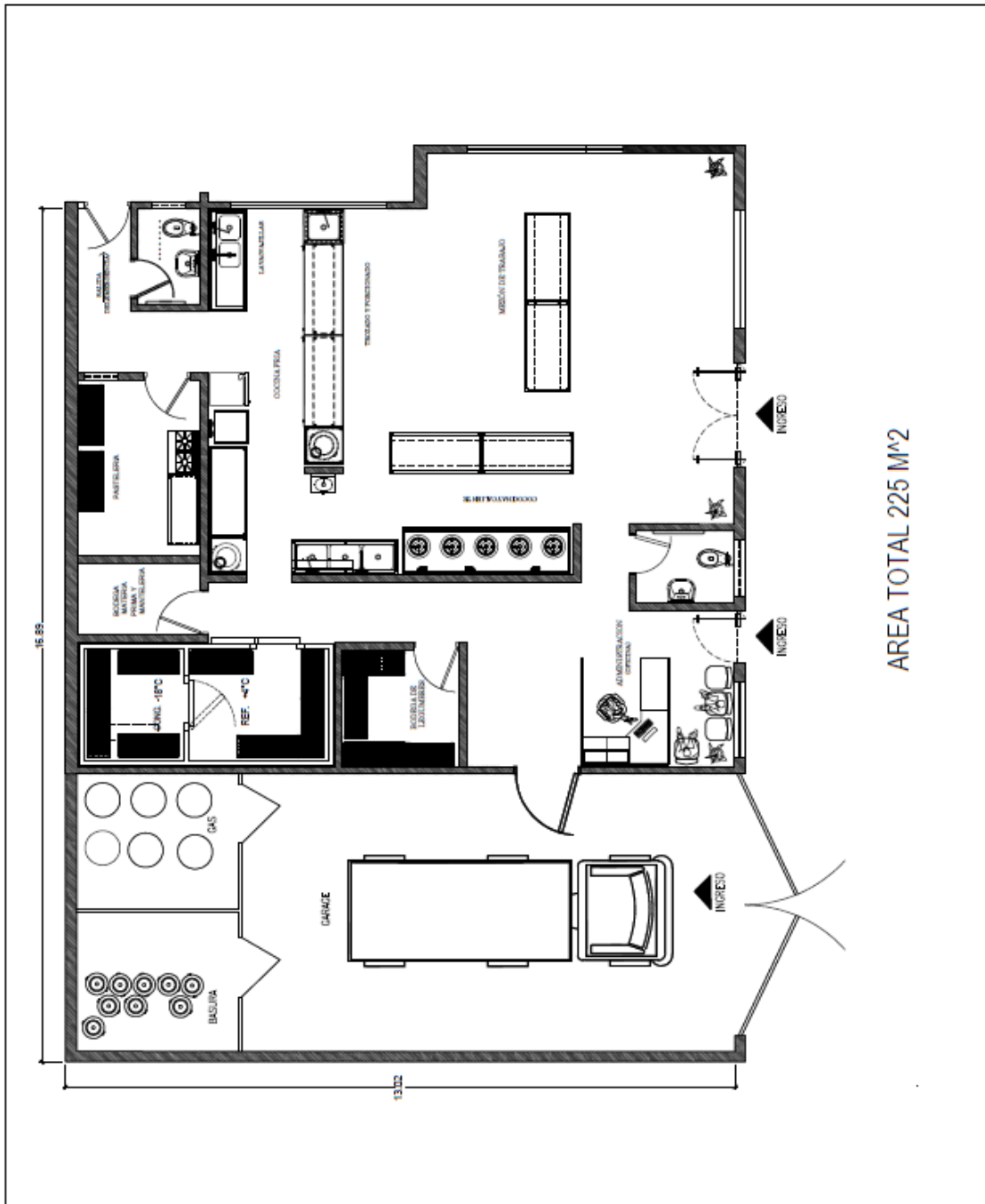
Figura N° 06: Creppes de frutas



Fuente: Trabajo e Investigación de campo  
Elaborado por: Silvia Remache Y.

### v. Viabilidad técnica

El sitio cuenta con una construcción que tiene un área de 225 m<sup>2</sup> que está distribuido de la siguiente manera:



## AREA DE PRODUCCION

### CUADRO 14: EQUIPOS DE COCINA

CANTIDAD	DESCRIPCION	V/UNITARIO	V/TOTAL
1	Cocina industrial	1500.00	1500.00
1	Licuadaora multiusos	80.00	80.00
1	Congelador	650.00	650.00
1	Batidora	20.00	20.00
3	Cilindros de gas industrial	60.00	180.00
1	Horno Combi	2000.00	640.00
8	Calentadores	80.00	80.00
1	Refrigerador	300.00	300.00
2	Extintores	30.00	60.00
4	Estanterías	40.00	160.00
3	Mesas de metal	150.00	450.00
<b>SUBTOTAL</b>			4120.00
<b>PRECIO CON IVA (12%)</b>			494.40
<b>TOTAL</b>			4614.40

Elaborado por: Silvia Remache Y.

### CUADRO 15: MENAJE Y VAJILLA

CANTIDAD	DESCRIPCION	V/UNITARIO	V/TOTAL
150	Platos grandes	3.50	525.00
150	Platos pequeños	2.50	375.00
150	Cucharas	0.50	75.00
150	Tenedores	0.50	75.00
150	Cuchillos	0.50	75.00
150	Cucharitas	0.41	61.50
150	Vasos	0.66	99.00
150	Copas flauta	1.25	187.50
150	Copas de agua	1.50	225.00
150	Vaso para whisky	1.00	150.00
15	Manteles grandes	15.00	225.00
15	Cubremanteles	7.00	105.00
150	Cubresillas	8.00	120.00
15	Tableros	25.00	375.00
150	Sillas	14.00	2.100
3	Sartenes grandes	12.00	36.00
2	Coladores de metal	5.00	10.00

2	Juego de ollas	350.00	700.00
10	Cucharetas varios tamaños	20.00	20.00
3	Cucharones	7.00	7.00
2	Juegos de bowls	25.00	50.00
1	Batidor de metal	7.00	7.00
150	Tazas	0.83	124.50
150	Plato para taza	0.83	124.50
15	Jarras 2 litros	9.00	135.00
3	Tablas para picar	6.00	18.00
15	Ajiceros	2.00	30.00
3	Charoles grandes	12.00	36.00
1	Balanza manual	25.00	25.00
4	Cuchillos	12.00	48.00
2	Espátulas	2.50	5.00
2	Pirex medianos	6.00	12.00
2	Moldes de pastel	3.50	7.00
2	Espumaderas	2.50	5.00
3	Bandejas de metal	4.50	9.00
<b>SUBTOTAL</b>			6182.00
<b>PRECIO CON IVA (12%)</b>			741.84
<b>TOTAL</b>			6923.84

Elaborado por: Silvia Remache Y.

#### CUADRO 16: SUMINISTROS DE LIMPIEZA

CANTIDAD	DESCRIPCION	V/UNITARIO	V/TOTAL
4	Galón desinfectante	4.50	18.00
200	Fundas plásticas grandes	7.00	14.00
9	Basurero industrial	18.00	162.00
4	Escobas	2.50	10.00
4	Trapeadores	3.50	14.00
4	Detergente Lava platos valde	14.00	56.00
4	Recogedor	2.30	9.20
4	Vileda	0.50	2.00
<b>SUBTOTAL</b>			295.68
<b>PRECIO CON IVA (12%)</b>			40.32
<b>TOTAL</b>			336.00

Elaborado por: Silvia Remache Y.

**CUADRO 17: REQUERIMIENTO DE UNIFORMES**

<b>CANTIDAD</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>V/UNITARIO</b>	<b>V/TOTAL</b>
4	Chaquetas negras	25.00	100.00
4	Mallas	0.50	2.00
4	Gorras	4.00	16.00
4	Delantales	6.00	24.00
<b>TOTAL</b>			159.04

Elaborado por: Silvia Remache Y.

**CUADRO 18: PRESUPUESTO TOTAL ÁREA DE COCINA**

<b>DESCRIPCION</b>	<b>VALOR</b>
Equipos de cocina	4614.40
Menaje y vajilla	6923.84
Suministros de limpieza	177.30
Requerimiento de uniformes	159.04
<b>TOTAL</b>	11,874.58

Elaborado por: Silvia Remache Y.

**CUADRO 19: COSTOS SERVICIOS BASICOS**

<b>SERVICIOS</b>	<b>COSTO MENSUAL</b>	<b>COSTO ANUAL</b>
Luz	20.00	240.00
Agua	10.00	120.00
Teléfono	25.00	300.00
Gas	10.00	120.00
Arriendo	150.00	1,440
<b>TOTAL</b>		<b>2220,00</b>
<b>COSTO X PAX</b>		<b>0,308</b>

CIF están divididos 50 % para el Área Administrativa y 50 % para Producción

**CUADRO 20: COSTOS DE ALQUILER: MESAS, SILLAS, MANTELERIA**

<b>ALQUILER PARA LA DECORACIÓN DEL LOCAL</b>	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>PRECIO X PAX</b>
Mesas rectangulares/ redondas x 8 Pax	0,18
Sillas Tifani	0,80
Faldones	0,20
Mantel rectangular/ redondo	0,20
Cubre mantel	0,10
Servilleta	0,20
Lazos para sillas	0,40
<b>TOTAL X PAX</b>	<b>2,08</b>

**Fuente:** Trabajo e Investigación de campo

**Elaborado por:** Silvia Remache Y.



**CUADRO 21: COSTO MATERIA PRIMA MENÚ 3 ADULTOS**

<b>COSTO MATERIA PRIMA</b>					
<b>Producto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Und</b>	<b>Costo por pax</b>	<b>Costo por evento(200 pax)</b>	<b>Anual</b>
Verdes	50	gr	0.11	16.50	66.00
Sal	8	gr	0.06	9.00	36.00
Queso de mesa	12	gr	0.10	1.50	6.00
Cebolla blanca	12	gr	0.02	3.00	12.00
champiñones	12	gr	0.08	12.00	48.00
Aceite	40	ml	0.08	12.00	48.00
Mantequilla	10	gr	0.05	7.50	30.00
Lomo de res	180	gr	0.84	126.00	504.00
Pimienta	4	gr	0.02	3.00	12.00
Aceite	28	ml	0.15	22.50	90.00
Fondo oscuro	100	ml	0.07	10.50	42.00
Champiñones	20	gr	0.02	3.00	12.00
Harina	6	gr	0.02	3.00	12.00
Cebolla perla	5	gr	0.02	3.00	12.00
Ajo	3	gr	0.02	3.00	12.00
Mantequilla	7	gr	0.03	4.50	18.00
Pimienta	3	gr	0.09	13.50	54.00
Arroz	92	gr	0.08	12.00	48.00
Espinaca	30	gr	0.04	6.00	24.00
Papa	120	gr	0.09	13.50	54.00
Mantequilla	20	gr	0.04	6.00	24.00
Huevos	50	und	0.03	4.50	18.00
Crema de leche	12	gr	0.08	12.00	48.00
Manzana	50	und	0.08	12.00	48.00
Uvas verdes y rojas	80	gr	0.13	19.50	78.00
Mango	60	gr	0.10	15.00	60.00
Lechuga	12	gr	0.06	9.00	36.00
Yogurt natural	50	ml	0.08	12.00	48.00
Orégano	1	gr	0.01	1.50	6.00
Higos	2	und	0.20	30.00	120.00
Panela pequeña	1/4	und	0.13	19.50	78.00
Canela	10	gr	0.04	6.00	24.00
Queso de mesa	10	gr	0.10	15.00	60.00
<b>TOTAL MENU</b>					<b>806.90</b>
<b>COSTO ANUAL</b>					<b>9682.40</b>

## **b. ASPECTOS JURÍDICOS – MERCANTILES**

### **i. Forma Jurídica elegida para el proyecto**

Empresario individual porque es aquella persona física que, disponiendo de la capacidad legal necesaria, ejerce de forma habitual y por cuenta propia una actividad comercial, industrial o profesional. También se le conoce como autónomo.

### **ii. Requisitos legales para su apertura y funcionamiento (trámites, permisos, y demás)**

#### **REQUISITOS LEGALES**

##### **RUC (Registro Único de Contribuyentes)**

- Original y copias de cédulas de ciudadanía y certificados de votación.
- Copia de un servicio básico, mínimo de tres meses anteriores a la fecha.
- Copia del Título profesional

##### **Permiso e inspección**

- Llenar la solicitud de inspección

##### **Predio municipal**

- El costo depende del avalúo de la propiedad

##### **Certificado uso de suelo**

- Llenar el formulario dejar en la secretaria de la Dirección de Planificación
- Realización de una inspección

##### **Certificado de Gestión Ambiental**

- Copias de las cédulas

- Copia RUC
- Cope certificado uso de suelo
- Cope certificado de salud
- Oficio dirigido Director de Higiene
- Formulario
- Inspección

#### **Patente municipal**

- Cope cédula de identidad
- Cope RUC
- Cope título del predio donde se ubica la actividad económica
- Permiso cuerpo de bomberos
- Formulario de solicitud de la patente
- Certificado de factibilidad de Uso de Suelo
- Certificado de factibilidad de Gestión Ambiental
- Acuerdo Ministerial

#### **Solicitar clave de afiliación IESS**

- Solicitud de entrega de clave firmada
- Cope del RUC
- Cope de pago de luz, agua, teléfono

#### **Registrar contratos de trabajo e ingresos de entrada de los trabajadores**

- Contrato de trabajo o nombramiento que indique la relación de dependencia laboral
- Copias de las cédulas de ciudadanía y certificados de votación del empleador

- Copia de las cédulas de identidad y certificado de votación del trabajador
- copia del RUC

### **BOMBEROS DEL CANTÓN COLTA**

- Solicitud dirigida al cuerpo de bomberos
- Inspección
- Sacar el funcionamiento

### **PERMISO SANIDAD**

- 1 foto
- Exámenes (sangre, heces y orina) y revisión dentadura

### **iii. Derechos, Deberes, y Obligaciones legales de la empresa**

### **SRI (SERVICIO DE RENTAS INTERNAS)**

#### **ENVIAR DECLARACIONES:**

- Declaración del IVA, formulario 104 A
- Declaración del impuesto a la renta 102 A

### **IESS (INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL)**

- Pagar puntual y mensualmente las planillas del IESS

### **GADCC (GOBIERNO AUTÓNOMO DESENTRALIZADO DEL CANTON COLTA)**

- Pagar la patente municipal cada año
- Sacar los permisos del uso del suelo y medio ambiente anualmente

### **iv. Gastos de constitución**

## CUADRO 22: GASTOS DE CONSTITUCION

DETALLE	VALOR
Abogado	75.00
municipio	130.00
Notario	60.00
Permisos	70.00
SRI	10.00
Varios	50.00
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>395.00</b>

**Fuente:** Trabajo e Investigación de campo

**Elaborado por:** Silvia Remache Y.

### c. ESTRATEGIAS DE MARKETING

#### i. Producto / Servicio

Silvia's catering ofrecerá un servicio de excelencia, ya que en un mercado competitivo es importante conocer el ciclo de vida del mismo, de esta manera será posible innovarlo, y ofrecer mayor calidad a los clientes.

#### i.1 COMPONENTES DEL SERVICIO



##### i.1.1 SERVICIO DE CATERING Y ORGANIZACIÓN DE EVENTOS



## i.1.2 MARCA



**CUADRO 23: DESCRIPCION DE LA MARCA**

<b>Tipo de Marca:</b>	Descriptiva
<b>Identificador Gráfico</b>	Imagotipo
<b>Colores</b>	Negro: representa la elegancia y contrasta con colores brillantes Naranja: representa la creatividad, se asocia a la alimentación sana y al estímulo del apetito. Blanco: es la síntesis de todos los colores y el símbolo de la inocencia, significa paz y pureza.
<b>Tipo de letra</b>	Lucida Calligraphy
<b>Tamaño de letra</b>	20 pto
<b>Color de la letra</b>	Canela oscuro
<b>Fondos permitidos</b>	El color blanco es el más aceptable como fondo de la marca
<b>Fondos no permitidos</b>	El color negro de fondo no es una buena opción; ya que no combina con el cuadro del mismo color
<b>ELEMENTOS</b>	
	Llevará el nombre de la propietaria ya que significa un gran logro realizado y su color café oscuro contrasta muy bien con el color naranja
	Significa conocimiento en la gastronomía

### **i.1.3 SERVICIO**

#### **SERVICIO PRE-DURANTE Y POST**

##### **PRE**

El servicio pre venta informara a la población del catering y la organización de todo tipo de evento que se brindara a la población. Los mismos van acompañados de promociones y descuentos en fechas especiales, además de tarjetas de presentación, para darnos a conocer en el mercado, las personas interesadas en realizar un evento se les entregara cotizaciones de los diferentes menús; una vez escogidos deberán reservar los mismos.

##### **DURANTE**

Es una parte intangible muy importante puesto que se refiere al trato que se ofrecerá por parte de nuestros empleados especialmente los meseros; deben ser amables, respetuosos, atentos y siempre mantener una sonrisa hacia nuestros clientes. En lo que se refiere a los alimentos que se ofrecerá serán de alta calidad y se los ira innovando poco a poco para que de esta manera no se produzca un declive, además garantizar una excelente alimentación con productos inocuos; y siempre tener en cuenta que en el producto o servicio que se ofrece al cliente debe tener un beneficio para que de esta manera el producto sea valorado.

Los servicios manipulables serán obsequios como llaveros o esferos para seguir difundiendo la empresa de catering.

## POST

Para controlar si el servicio de catering es apropiado se realizara un seguimiento en el mercado, para detectar posibles fallas y enmendarlas a su debido tiempo, además de verificar si la calidad de la comida fue excelente porque este fue uno de los parámetros más importantes que la población manifestó.

El seguimiento se lo realizara con llamadas telefónicas a las personas anfitrionas del eventos, de esta manera ellos nos ayudaran a verificar la excelencia en los servicios prestados.

## CICLO DE LA EMPRESA

### INTRODUCCIÓN:

Es la primera etapa del ciclo de vida de la empresa, empezaremos con un precio que será muy económico, porque fue el pedido del mercado, descuentos del 8% o 10% según el número de pax, promociones como ganarse una cena si la persona que realizo algún evento con nuestros servicios nos trae más clientes, la calidad tanto en la comida como en el personal a trabajar en la empresa será de primera.

Se entregara tarjetas de presentación a empresas públicas y privadas además de la difusión en la radio y anuncios en La Prensa para informar del servicio de catering y eventos.

### CRECIMIENTO:



Es la segunda etapa del ciclo de vida y la más importante ya que debemos mantenernos a este nivel porque la competencia crecerá aceleradamente.

En esta etapa la empresa de catering realizara publicidad en la radio tricolor y en la prensa, realizara pruebas con los menús para verificar la calidad de los mismos.

#### MADUREZ:

Es la tercera etapa en la cual ya no informaremos; simplemente recordaremos los servicios que brinda la empresa, realizar menús mas elaborados, precios exactos, calidad exacta en los platos, manejar un sistema de clientes frecuentes y registrar datos en los cuales por sus compras se les realizara un descuento, capacitación al personal en relacione humanas para un mejor desempeño, ampliar las cotizaciones.

#### DECLINACION:

Renovación de los menús, mayores descuentos y en lo posible renovar la marca de nuestra empresa.

#### **ii. Precio**

El precio se determinará en función a:

- Costos de producción

<b>OPCIONES</b>	<b>ENTRADAS</b>	<b>PLATO FUERTE</b>	<b>POSTRE</b>	<b>VALOR MENU</b>
1	Brochetas mar y tierra	Medallones de pollo en salsa de maracuyá Arroz en finas hiervas Papa pera Vegetales salteados al ajillo	Crepés de frutas	
P.V.P	0.43	1.69	0.38	2.50
2	Muslitos apanados	Cordon blue en salsa golf Arroz al curry Papa suspiro Ensalada rusa	Queso de piña	
P.V.P	0.54	1.78	0.55	2.87
3	Empanaditas de verde	Lomo en salsa de champiñones Arroz verde Suflé de papa Ensalada tropical	Dulce de higo con queso	
P.V.P	0.55	2.41	0.38	3.34
4	Pimientos rellenos de queso	Pollo a la naranja Arroz al pimiento Papa al perejil Ensalada waldorf	Frutillas en almíbar con crema	
P.V.P	0.54	1.72	0.47	2.73
5	Ceviche de camarón	Lomo en salsa de ciruela Arroz con nuez Papa al horno Ensalada mixta	Panacota	

P.V.P	1.07	2.18	0.30	3.55
-------	------	------	------	------

**CUADRO 24: PRECIO MENUS PARA ADULTOS**

**CUADRO 25: PRECIO MENUS PARA NIÑOS**

<b>OPCIONES</b>	<b>PLATO FUERTE</b>	<b>BEBIDA</b>	<b>VALOR MENU</b>
1	Nuggets de pollo	Gaseosa	
P.V.P	1.00	0.50	1.50
2	Hamburguesa de carne	Gaseosa	
P.V.P	1.05	0.50	1.55
3	Súper salchipapa	Gaseosa	
	0.70	0.50	1.20

Elaborado por: Silvia Remache Y.

**CUADRO 26: PRECIO MENUS PARA VEGETARIANOS**

<b>OPCIONE</b>	<b>ENTRADAS</b>	<b>PLATO FUERTE</b>	<b>POSTRE</b>	<b>VALOR MENU</b>
1	Sopa de espinacas	Arroz con verduras y legumbres	Zapallo con miel	
P.V.P	0.32	0.65	0.27	1.24
2	Vegetales salteados	Pasta con tomates y albahaca	Maduros al horno	
P.V.P	0.52	0.39	0.30	1.21

Elaborado por: Silvia Remache Y.

**CUADRO 27: PRECIOS FINALES DE VENTA**

<b>MENUS</b>	<b>VALOR MENU POR PAX</b>
Adultos	4.00
Niños	2.00
Vegetarianos	1.50

Elaborado por: Silvia Remache Y.

Se puede observar que el costo total por menú de los adultos tiene un promedio de \$5,00, de los niños \$ 2,00 y los vegetarianos \$ 1,50, a este costo se le añaden gastos varios: costo por porción de materia prima, CIF (agua, luz, teléfono), mantelería, mano de obra, utilidad. Considerándose como precio de venta final por pax un valor de \$9,00 adultos, \$5,00 niños y \$3,00 vegetarianos.

### iii. Distribución

La distribución se lo realizara mediante el canal directo; esto quiere decir del productor al consumidor final por lo tanto la empresa tendrá contacto directo con los clientes.



#### ➤ Almacenamiento

El almacenamiento de la materia prima para el catering se lo realizará mediante el método FIFO, es decir los primeros productos que entran serán los primeros que salen, así evitaremos daños y pérdidas innecesarios de Materia Prima.

### iv. Plan de comunicación

A la empresa nueva se la dará a conocer de la siguiente forma:

**CUADRO 28: GASTOS DE PUBLICIDAD**

**Elaborado por:** Silvia Remache Y.

TIPO DE PUBLICIDAD	DETALLE	TIPO DE CONTRATO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Periódico (La Prensa)	Anuncios publicitarios	Anual	9.00	108,00
Radio (Tricolor)	Spots publicitarios	Anual	350.00	4200,00
Tarjetas de presentación	Impresión de 2000 tarjetas	Anual	13.33	160,00
Esferos	Elaboración de 200 u.	Anual	5.83	70.00
Llaveros	Elaboración de 200 u.	Anual	4.19	50.00
<b>COSTO TOTAL:</b>			382.30	4588,00

#### ➤ Promoción:

Para atraer a los clientes debido a la apertura de nuestra empresa al mercado, se realizara descuentos del 5%, 8% y hasta del 10% dependiendo de la cantidad de personas, esto permitirá captar la atención y posteriormente la lealtad de los clientes iniciales y potenciales.

**CUADRO 29: DESCUENTOS DE ACUERDO A LA CANTIDAD DE PAX**

P.V.P.	DESCUENTOS		
	300 PAX (5%)	400 PAX (8 %)	500 PAX (10 %)
9,00	8,55	8,28	8,00

**v. Estrategias de mercado**

- Lograr posicionar el nombre de la empresa a nivel local dentro de los 3 años subsiguientes, obteniendo el reconocimiento y fidelidad de los clientes.
- Promover una alternativa combinado los conocimientos gastronómicos de los diferentes tipos de menús con una adecuación del restaurante dependiendo del evento.
- Capacitar y profesionalizar al talento humano de la empresa consolidado un buen clima laboral con un equipo de trabajo comprometido con la satisfacción del cliente y reconociendo los méritos de todos y cada uno de los trabajadores.

**vi. Competencia**

Para desarrollar un estrategia de competitividad se va a considerar al Talento Humano fortaleciendo la capacitación permanente y continua con el fin de desarrollar el campo de conocimiento de cada trabajador para ofrecer un buen servicio a nuestros clientes, a fin de obtener el reconocimiento por parte de los

clientes, quienes con su conformidad, aceptación y difusión se convierten en los agentes multiplicadores.

### CUADRO 30: COMPARACIÓN CON LA COMPETENCIA

COMPETENCIA	SILVIA'S CATERING
No cuenta con personal calificado	Personal calificado
Establecimiento de producción inadecuado	Planta distribuida correctamente
Costos elevados por un menú completo	Costos de acuerdo a la situación económica de la población
No cuenta con cotizaciones listas	Menús ya planteados

**Elaborado por:** Silvia Remache Y.

#### d. GESTION DEL TALENTO HUMANO

##### i. Determinación del Talento Humano

Silvia's catering contratara solo a las personas necesarias e idóneas para el puesto a desarrollar, debido a que el catering empezara con una producción pequeña el número de personas a trabajar será mínimo y necesario para su área correspondiente, de esta manera todos los empleados se responsabilizaran de sus labores diarias designadas, así la empresa lograra alcanzar los objetivos planteados.

##### ii. Descripción de los puestos de trabajo

##### iii. Perfil de los trabajadores

**CUADRO 31: Ficha del Gerente**

<b>ÁREA ASIGNADA</b>	<b>CARGO</b>	<b>TIPO DE CONTRATO</b>	<b>SALARIO MENSUAL</b>
Área administrativa	Gerente	Mensual	\$600,00
<b>FUNCIONES</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Designar todas las posiciones gerenciales</li> <li>➤ Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos</li> <li>➤ Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo junto con objetivos anuales y entregar las proyecciones de dichas metas para la aprobación de los gerentes corporativos</li> <li>➤ Coordinar con las oficinas administrativas para asegurar que los registros y sus análisis se están ejecutando correctamente</li> <li>➤ Crear y mantener buenas relaciones con los clientes</li> </ul>			
<b>PERFIL</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Poseer un espíritu emprendedor</li> <li>➤ Integridad moral y ética</li> <li>➤ Capacidad crítica y auto correctiva</li> <li>➤ Gestión del cambio y desarrollo de la organización</li> <li>➤ Habilidades cognitivas</li> <li>➤ Motivación y dirección del personal</li> </ul>			

**Elaborado por:** Silvia Remache Y.



**CUADRO 32: Ficha del Contador**

<b>ÁREA ASIGNADA</b>	<b>CARGO</b>	<b>TIPO DE CONTRATO</b>	<b>SALARIO MENSUAL</b>
Área administrativa	Contador	Mensual	\$400,00
<b>FUNCIONES</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Se encarga directamente de la parte contable de la empresa</li> <li>➤ Debe llevar libros contables al día</li> <li>➤ Informar periódicamente al administrador de ingresos y egresos</li> <li>➤ Cobranzas</li> <li>➤ Registra las operaciones contables</li> </ul>			
<b>PERFIL</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Conocer con adecuados criterios científicos y técnicos las normas y disposiciones aplicables en su actuación.</li> <li>➤ Conoce como diseñar sistemas de información para la toma de decisiones.</li> <li>➤ Conoce como diseñar e implementar Sistemas de Control Operativo y de Gestión.</li> <li>➤ Está capacitado para asesorar en materias:               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Contable</li> <li>- Tributaria</li> <li>- Económica y Financiera</li> <li>- Societaria</li> </ul> </li> </ul>			

**Elaborado por:** Silvia Remache Y.

**CUADRO 33: Ficha del Chef**

<b>ÁREA ASIGNADA</b>	<b>CARGO</b>	<b>TIPO DE CONTRATO</b>	<b>SALARIO MENSUAL</b>
Área operativa	Chef	Mensual	\$600,00
<b>FUNCIONES</b>			
<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Responsable directo de todas las actividades relacionadas con la cocina.</li><li>➤ Responsable de los utensilios y los ingredientes a utilizarse en la preparación de los menús</li><li>➤ Dirigir y preparar los menús que sean complejos en su elaboración</li><li>➤ Cumplir y ver que se cumplan las reglas de seguridad e higiene dentro de la cocina.</li><li>➤ Mantener el orden y la disciplina para evitar el desperdicio injustificado de los alimentos</li><li>➤ Reportes mensuales sobre el desempeño de cada colaborador.</li></ul>			
<b>PERFIL</b>			
<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Amplio conocimiento en la elaboración de menús variados</li><li>➤ Uso adecuado de cada uno de los utensilios y equipos de cocina</li><li>➤ Don de liderazgo, de mente abierta a nuevos cambios</li><li>➤ Dispuesto a adquirir nuevos conocimientos</li><li>➤ Saber escuchar con el fin de llegar a acuerdos con sus colaboradores e impartir su conocimiento con ellos</li></ul>			

**Elaborado por:** Silvia Remache Y.

**CUADRO 34: Ficha del Ayudante de cocina**

<b>ÁREA ASIGNADA</b>	<b>CARGO</b>	<b>TIPO DE CONTRATO</b>	<b>SALARIO MENSUAL</b>
Área operativa	Ayudante de cocina	Mensual	\$318,00
<b>FUNCIONES</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Tener conocimientos con respecto a decoración y presentación de los menús</li> <li>➤ Mantener su área de trabajo ordenada y limpia.</li> <li>➤ Velar por mantener en inventario los ingredientes y utensilios necesarios para la elaboración de los menús</li> <li>➤ coordinar con el Chef y el Administrador las órdenes de compra diarias, semanales, o mensuales de materia prima.</li> </ul>			
<b>PERFIL</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Tener experiencia en cocina y preparación de alimentos</li> <li>➤ conocimiento necesario para el manejo de utensilios y equipos de cocina</li> <li>➤ Ser impecable, hábil y capaz de adquirir nuevos conocimientos</li> <li>➤ Trabajar bajo presión</li> <li>➤ Trabajar en equipo</li> </ul>			

**Elaborado por:** Silvia Remache Y.

**CUADRO 35: Ficha del Mesero**

ÁREA ASIGNADA	CARGO	TIPO DE CONTRATO	SALARIO MENSUAL
Área operativa	Mesero	Mensual	\$318,00
<b>FUNCIONES</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Dan la bienvenida amablemente al cliente</li> <li>➤ Toman la orden rápidamente</li> <li>➤ Retiran los vasos y platos sucios con frecuencia</li> <li>➤ Presentan la cuenta a la mesa oportunamente</li> <li>➤ Efectúan el servicio con profesionalismo y rapidez</li> <li>➤ Explican al cliente los platillos del menú</li> <li>➤ Apoyan la estación de un compañero cuando los clientes les piden un servicio aunque no sea su mesa</li> <li>➤ Aseguran que la mesa esté bien montada antes del servicio</li> </ul>			
<b>PERFIL</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Capacidad de análisis que le permita optimizar la toma de decisiones.</li> <li>➤ Habilidades para organizar e interactuar con personas o grupos heterogéneos, lo que le facilita el logro de los objetivos.</li> <li>➤ Personalidad creativa que le permitirá proyecciones innovadas.</li> <li>➤ Interés por la investigación que le permitirá el acceso al conocimiento</li> </ul>			

**Elaborado por:** Silvia Remache Y.

#### iv. Costes salariales

### REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA

**CUADRO 36: MANO DE OBRA DIRECTA**

<b>CARGO</b>	<b>NÚMERO DE PERSONAS</b>
Chef	1
Ayudante de cocina	1

**CUADRO 37: MANO DE OBRA INDIRECTA**

<b>CARGO</b>	<b>NÚMERO DE PERSONAS</b>
Gerente	1
Contador	1
Meseros	1

**Total MOD, MOI = 5 personas**

**Cuadro 38: Costes salariales. Mano de obra directa**

<b>CARGO</b>	<b>SUELDO MENSUAL</b>	<b>SUELDO ANUAL</b>	<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>APORTE PATRONAL 12,15%</b>	<b>DECIMO CUARTO</b>	<b>DECIMO TERCERO</b>	<b>FONDO DE RESERVA</b>	<b>VACACIONES</b>
Gerente	600	7200	7200	874,8	318,00	600	600	300
Contador	400	4800	4800	583,2	318,00	400	400	200
Mesero	318	3816	3816	463,64	318,00	318	318	159
<b>TOTAL</b>	<b>1318</b>	<b>15816</b>	<b>15816</b>	<b>1921,64</b>	<b>954</b>	<b>1318</b>	<b>1318</b>	<b>659</b>

**Cuadro 39 Costes salariales. Mano de obra indirecta**

<b>CARGO</b>	<b>SUELDO MENSUAL</b>	<b>SUELDO ANUAL</b>	<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>APORTE PATRONAL 12,15%</b>	<b>DECIMO CUARTO</b>	<b>DECIMO TERCERO</b>	<b>FONDO DE RESERVA</b>	<b>VACACIONES</b>
Chef	600	7200	7200	874,8	318,00	600	600	300
Ayudante de cocina	318	3816	3816	463,64	318,00	318	318	159
<b>TOTAL</b>	<b>918</b>	<b>11016</b>	<b>11016</b>	<b>1338,44</b>	<b>636</b>	<b>918</b>	<b>918</b>	<b>459</b>

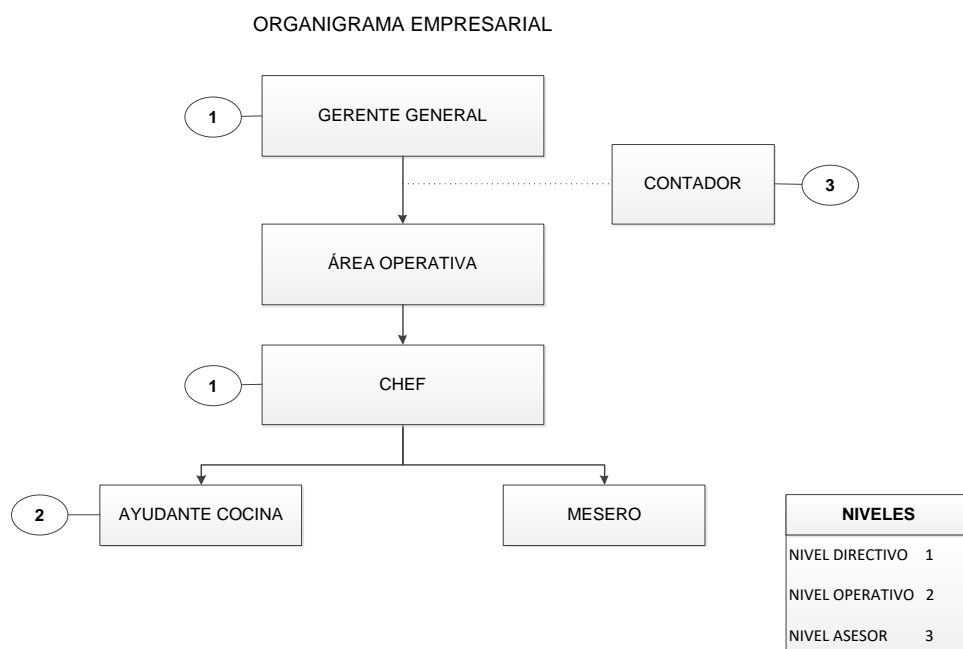
## v. Organización de la empresa

Es necesario determinar la organización empresarial al servicio de catering y eventos ; el mismo que corresponde al proceso de organización de los recursos humanos, financieros y materiales, de los que dispone la empresa con el establecimiento del marco fundamental en el habrá de operar el grupo social, ya que establece la disposición y la correlación de funciones, jerarquías y actividades necesarias para lograr los objetivos, sistematizando todas las actividades y recursos de la empresa coordinándose racionalmente a fin de facilitar el trabajo y la eficiencia.

## vi. Programa Operativo

La empresa de catering y eventos contara con una capacitación continua sobre el área de producción, dictada por el mismo chef de la empresa de esta manera ahorraremos recursos.

## vii. Organigrama empresarial



### **viii. Selección y contratación del Talento Humano**

Nuestros operarios serán definidos por: conocimientos, experiencia y habilidades o destrezas. En cuanto al conocimiento.

#### **RECLUTAMIENTO**

El reclutamiento a realizar será externo a través de la radio (tricolor), anuncios en la prensa, llamadas telefónicas a instituciones, anuncios en internet y un anuncio en la puerta de la empresa. En primer lugar los postulantes deberán presentar su carpeta con sus documentos en regla, la misma que constará de datos personales, estudios, experiencia laboral, cursos realizados, referencias personales y un examen médico.

#### **SELECCION**

- ✓ Mediante la revisión de carpetas, decidir cuáles serán los candidatos/as aprobados a seguir con el proceso.
- ✓ Se realizara un día de prueba en la cocina; esto nos ayudara a observar el desempeño en el trabajo y la integración con sus compañeros.
- ✓ El gerente será la persona encargada de realizar la entrevista al futuro empleado de la empresa, se realizará un número de preguntas que el gerente crea conveniente.

#### **INDUCCION**

Al momento que el empleado se presente a laborar se le entregara un folleto con todos los derechos y obligaciones por parte de la empresa y del empleado, de esta manera no existirá inconvenientes en problemas futuros.



**CUADRO Nº 40: GASTOS DE RECURSOS, SELECCIÓN Y  
CONTRATACIÓN DEL TALENTO HUMANO**

**Cuadro No 68. Costos de selección de personal**

<b>Medio</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Costo</b>
Prensa escrita	Dos anuncios semanales en clasificados, descripción básica del cargo	\$ 70,00
Llamadas telefónicas a Instituciones	Dos veces a la semana	\$ 10,00
Anuncio en la puerta de la Empresa	Hojas con la descripción del cargo requerido	\$ 5,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 46.73</b>

Elaborado por: Silvia Remache Y.

**EQUIPAMIENTO PARA EL AREA ADMINISTRATIVA**

**CUADRO 41: EQUIPO DE CÓMPUTO**

<b>CANTIDAD</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>V/UNITARIO</b>	<b>V/TOTAL</b>
1	Computadora portátil	400,00	
1	Impresora HP	100,00	
<b>SUBTOTAL</b>			500,00
<b>PRECIO CON IVA (12%)</b>			60,00
<b>TOTAL</b>			<b>560,00</b>

Elaborado por: Silvia Remache Y.

**CUADRO 42: MUEBLES Y ENSERES**

<b>CANTIDAD</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>V/UNITARIO</b>	<b>V/TOTAL</b>
1	Escritorio	100.00	100.00
1	Archivador	40.00	40.00
2	Sillas	25.00	50.00
<b>SUBTOTAL</b>			190.00
<b>PRECIO CON IVA (12%)</b>			22.80
<b>TOTAL</b>			<b>212.80</b>

Elaborado por: Silvia Remache Y.

**CUADRO 43: SUMINISTROS DE OFICINA**

<b>CANTIDAD</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>V/UNITARIO</b>	<b>V/TOTAL</b>
1	Paquete papel bond resma	3.50	3.50
1	Caja de esferos	2.30	2.30
1	Facturero	6.00	6.00
2	Carpetas de cartón	0.25	0.25
1	Tijera	0.35	0.35
1	Agenda	2.00	2.00
2	Cartucho impresora	10.00	20.00
1	Portaminas	0.45	0.45
1	Borrador	0.15	0.15
<b>SUBTOTAL</b>			35.00
<b>PRECIO CON IVA (12%)</b>			4.20
<b>TOTAL</b>			39.20

Elaborado por: Silvia Remache Y.

**CUADRO 44: SUMINISTROS DE LIMPIEZA**

<b>CANTIDAD</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>V/UNITARIO</b>	<b>V/TOTAL</b>
2	Jabónes en barra	0.60	1.20
1	Papel higiénico x 12 ud	3.50	3.50
1	Escoba	1.50	1.50
100	Fundas plásticas pequeñas	2.50	2.50
1	Trapeador	3.50	3.50
1	Basurero pequeño	3.00	6.00
1	Recogedor	1.30	2.60
<b>SUBTOTAL</b>			20.80
<b>PRECIO CON IVA (12%)</b>			2.50
<b>TOTAL</b>			23.30

Elaborado por: Silvia Remache Y.

**CUADRO 45: TOTAL ACTIVOS FIJOS AREA ADMINISTRATIVA**

<b>CUENTAS</b>	<b>VALOR</b>
Mubles y enseres	212.80
Suministros de Oficina	39.20
Suministros de Limpieza	23.30
<b>TOTAL</b>	257,30

Elaborado por: Silvia Remache Y.

**Cuadro 46: Costo total de los gastos de investigación**

<b>RECURSOS</b>	<b>Nro.</b>	<b>Descripción</b>	<b>Cant.</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>V. Total</b>
<b>Materiales de oficina</b>	1	Hojas de Papel (encuestas )	1000	0.01	10,00
		Esferográficos para encuestas	10	0.25	2.50
		Internet	1	10,00	10,00
		Copias	-----	-----	10,00
	5	Cartuchos negro / color	3	47,85	143,55
<b>Refrigerios</b>	9	Encuestadores	4(dos días )	2,00	20,00
<b>Transporte</b>	5	Encuestadores	4(dos días )	2,00	10,00
<b>TOTAL</b>					<b>206,05</b>

Elaborado por: Silvia Remache Y.

**e. ASPECTOS ECONÓMICO – FINANCIEROS**

**i. Objetivos Empresariales**

- Elaborar los indicadores esenciales que permitan influir activamente en la gestión de la empresa, que apoya a todos los departamentos de la misma.

**1. Corto plazo**

Ofrecer un nuevo modelo en Organización de Eventos, permitiendo satisfacer las necesidades del cliente que busca salir de la monotonía y celebrar sus eventos de manera diferente.

**2. Mediano plazo**

Brindar un servicio de calidad con personal calificado cumpliendo satisfactoriamente las necesidades y requerimientos de nuestros clientes, de manera que sea reconocida como una empresa líder en el servicio de Eventos temáticos en la Ciudad.

**3. Largo plazo**

Consolidarse como una empresa reconocida dentro de la ciudad con proyección a expandirse a nivel nacional realizando eventos representativos en la provincia y el país

**ii. Estructura del Balance**

**1. Balance general**  
**1.1. Capital de Trabajo**

**Cuadro 47 Capital de Trabajo**

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>COSTO MENSUAL</b>	<b>COSTO ANUAL</b>
MPD	806.90	9682.40
MOD	1273.80	15285.40
CIF	810.40	9724.23
<b>TOTAL</b>	<b>2891,00</b>	<b>34692,00</b>

**Elaborado por:** Silvia Remache Y.

**Cuadro Presupuesto de costos de producción**

	<b>Producción Semanal</b>	<b>Costo / Producción</b>	<b>Costo mensual</b>	<b>Costo Anual</b>
Adultos	200 Pax	1,006	806,80	9682,00

Fuente: cuadro 21 costo materia prima, menú 3 adultos

#### **Cuadro mano de obra directa**

Cargo	Sueldo mensual	Sueldo anual	Beneficios de Ley	TOTAL MOD
Chef	600.00	7200.00	2846.30	10190.27
Ayudante de cocina	318.00	3816.00	1423.14	5095.13
<b>TOTAL</b>	918.00	11016.00	4269.44	15285.4

Fuente: cuadro 38 costes salariales Mano de obra directa

#### **Cuadro costos indirectos de fabricación**

<b>CIF</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Servicios básicos	185,00	2220,00
Uniforme	13,3	159,04
Alquiler	3,30	40,00
Sueldo mesero	318,00	3816,0
Beneficios legales	131,40	1576,64
Depreciación Área Producción	89,10	1068,70
Amortizaciones	70,30	843,85
<b>TOTAL</b>	<b>810.40</b>	<b>9724,23</b>

Fuente: cuadro 19 costos servicios básicos, cuadro 17 requerimientos de uniformes, cuadro 20 costos de alquiler: mesas, sillas, mantelería, cuadro 39 costes salariales. Mano de obra indirecta, cuadro 18 presupuesto total área de cocina, cuadro 28 gastos de publicidad

## **1.2. Activos Fijos**

**Cuadro 48 Activos Fijos**

<b>AREA</b>	<b>ACTIVOS FIJOS</b>	<b>VALOR TOTAL</b>	<b>R. PROPIOS</b>	<b>CREDITO</b>
<b>A. ADMINISTRATIVA</b>	Muebles y Enseres	212,80	212,80	
	Equipo de Computo	560,00	560,00	
	Suministros de Oficina	39,20		39,20
	Suministros de limpieza	23,30		23,30
<b>A. PRODUCCION</b>	Maquinaria y Equipo	4614,40		4614,40
	Menaje y vajilla	6923,84	260,00	6923,84
	Suministros de Limpieza	177,30	177,30	
	Uniformes personal	159,04		159,04
<b>TOTAL</b>		<b>12709,88</b>	<b>1210,00</b>	<b>11500,00</b>

**Elaborado por:** Silvia Remache Y.

**1.3. Gastos**

**Cuadro 49 Activo diferido**

<b>GASTOS</b>	<b>CUENTAS</b>	<b>I. ANUAL</b>
<b>Gastos de Constitución</b>	<b>Gastos de Patentes y Licencias</b>	
	Municipio	130,00
	Abogado	75,00
	Notario	60,00
	Permisos	70,00
	SRI	10,00
	Varios	50,00
<b>Sub total</b>		<b>395,00</b>
<b>Gastos de Investigacion y Desarrollo</b>	<b>Gastos de Investigacion y Desarrollo</b>	
	Material de oficina	176,05
	Refrigerios	20,00
	Transporte	10,00
<b>Sub total</b>		<b>206,05</b>
<b>Gastos de Organización</b>		
<b>Gastos de Publicidad y comercializacion (selección y contratacion del talento humano )</b>	Prensa escrita (contracción personal )	4270,00
	Llamadas telefónicas a Instituciones	130,00
	Internet	108,00
	Anuncio en la puerta de la Empresa	165,00
<b>Sub total</b>		<b>4673,00</b>
<b>TOTAL</b>		<b>5274,05</b>

Elaborado por: Silvia Remache Y.

#### 1.4. Depreciación de activos Fijos



**Cuadro No 50 Depreciación de activos fijos**

<b>DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS AREA DE PRODUCCION</b>			
<b>Activos Fijos Depreciables</b>	<b>Valor en libros</b>	<b>Valor residual</b>	<b>Depreciación Anual</b>
Equipamiento para el Área de Cocina	11538,24	1153,82	1038,44
Equipos de Limpieza	336,34	33,63	30,26
<b>Sub Total</b>	<b>11874,58</b>	<b>1187,45</b>	<b>1068,7</b>
<b>DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS AREA ADMINISTRATIVA</b>			
<b>Activos Fijos Depreciables</b>	<b>Valor en libros</b>	<b>Valor residual</b>	<b>Depreciación Anual</b>
Equipo de computo	560,00	184,80	125,06
Equipamiento para el Área Administrativa	257,30	25,73	23,15
<b>Sub Total</b>	<b>817,3</b>	<b>210,53</b>	<b>148,21</b>
<b>TOTAL</b>	<b>12691,88</b>	<b>1397,98</b>	<b>1216,91</b>

**Elaborado por:** Silvia Remache Y.

## 1.5. Amortizaciones de activos diferidos

**Cuadro 51 Amortizaciones de activos diferidos**

	<b>GASTOS</b>	<b>AMORTIZACION DE GASTOS</b>	<b>AMORTIZACION TOTAL</b>
<b>Gastos Constitución</b>	395,00	79,00	316,00
<b>Gastos Organización</b>	4703	940,6	3762,4
<b>Gastos Investigación</b>	206,05	41,21	164,84
<b>TOTAL</b>			<b>4243,24</b>

**Elaborado por:** Silvia Remache Y.

El 50 % de la Amortizaciones pertenecen al Área de Producción y el restante a Administración.

## 2. TABLA DE AMORTIZACION DE LA DEUDA

**Entidad Bancaria:** Cooperativa de Ahorro y Crédito" Riobamba Ltda "

**P=** Monto del Préstamo Otorgado: \$11500,00

**n=** Periodos del Crédito: 5

**i=** Interés anual: 12,50 %

**Tipo de Crédito:** Quirografario

La tabla del cálculo de la Amortización sobre Saldos Insolutos se realizó en base a la siguiente formulación:

$$\text{PAGO (R)} = \text{Pi} (1+i)^n / [(1+i)^n - 1]$$

$$R = (11500,00 * 0,1250) * 1,1325^5 / (1,1325^5 - 1)$$

$$R = (1437,5 * 1,86) / 0,80$$

$$R = 3234,37$$

**Cuadro 52 Tabla de amortización de la deuda**

<b>AÑOS</b>	<b>PAGO</b>	<b>INTERÉS</b>	<b>AMORTIZACIÓN</b>	<b>SALDO INSOLUTO</b>
<b>0</b>	-	-	-	11500
<b>1</b>	3234,37	1437,5	1796,87	9703,13
<b>2</b>	3234,37	1212,891	2021,479	7681,651
<b>3</b>	3234,37	960,2064	2274,164	5407,488
<b>4</b>	3234,37	675,936	2558,434	2849,054
<b>5</b>	3234,37	356,1317	2848,93	0,012
<b>TOTAL</b>	<b>16171,85</b>	<b>4642,665</b>	<b>11500,00</b>	<b>0,00</b>

Elaborado por: Silvia Remache Y.

**Cuadro No 53. Presupuesto de ingresos**

	<b>PVP</b>	<b>Venta Semanal</b>	<b>Venta Mensual</b>	<b>Venta Anual</b>	<b>Ingresos Totales</b>
Menú	\$ 9,00	200 Pax	800 Pax	9600 Pax	\$86400

Elaborado por: Silvia Remache Y.

**Cuadro 54 Gastos administrativos**

<b>Gastos administrativos</b>	<b>Costo mensual</b>	<b>Costo anual</b>
Sueldos	1000,0	12000,00
Aporte patronal Iece y Secap	121,5	1458,00
Beneficios Sociales	261,3	3136,00
Servicios básicos	92,5	1110,00
Depreciación de Activos Fijos	12,4	148,21
<b>TOTAL</b>	<b>1487,7</b>	<b>17852,21</b>

Elaborado por: Silvia Remache

**Cuadro 55 Gastos ventas**

<b>Gastos Ventas</b>	<b>Costo Mensual</b>	<b>Costo Anual</b>
Publicidad	382.30	4588,00
<b>TOTAL</b>	<b>382.30</b>	<b>4588,00</b>

Elaborado por: Silvia Remache

**Cuadro 56 Gastos financieros**

<b>Gastos financiero</b>	<b>Costo Mensual</b>
Interés Bancario	1437,5
<b>TOTAL</b>	<b>1437,5</b>

Elaborado por: Silvia Remache

### 3. Estado de Resultados

**EMPRESA DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS Y CATERING “SILVIA’S  
CATERING Y EVENTOS ”  
ESTADO DE RESULTADOS  
DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2013**

<b>INGRESOS</b>		86400,00
<b>INGRESOS ORDINARIOS</b>	86400,00	
Ventas Menu 3	86400,00	
<b>TOTAL INGRESOS</b>	86400,00	
<b>EGRESOS</b>		-(60366,58)
<b>COSTOS</b>	34692,00	
Costos Producción	34692,00	
<b>GASTOS</b>	25674,58	
<b>Gastos Administrativos</b>	17852,21	
Sueldos	12000,00	
Aporte patronal Iece y Secap	1458,00	
Beneficios Sociales	3136,00	
Servicios Básicos	1110,00	
Depreciación de A. Fijos	148,21	
<b>Gastos Ventas</b>	4588,00	
Publicidad	4588,00	
<b>Gastos Financieros</b>	3234,37	
Gastos Intereses Bancarios	3234,37	
<b>(=) Utilidad antes de participación Trabajadores e impuesto</b>		26033.42
<b>(-) 15 % Utilidad Trabajadores</b>		- (3905,01)
<b>(=) Utilidad antes de impuestos</b>		22128,41
<b>(-) 25 % Impuesto a la renta</b>		- (5532,10)
<b>(=) Utilidad del presente ejercicio</b>		16596,31

#### 4. Cuadro 57 PROYECCION DEL ESTADO DE PERDIDAS Y GANACIAS

		<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>INGRESOS</b>	Ingresos Ordinarios	86400	96768	108380,16	121385,779	135952,073
	Costos Producción	34692	38855,04	43517,6448	48739,7622	54588,5336
<b>= VENTA BRUTA</b>		<b>51708</b>	<b>57912,96</b>	<b>64862,5152</b>	<b>72646,0168</b>	<b>81363,5394</b>
<b>GASTOS OPERATIVOS</b>	Gastos Administrativos	17852,21	19994,4752	22393,8122	25081,0697	28090,7981
	Gastos Ventas	4588	5138,56	5755,1872	6445,80966	7219,30682
	Gastos Financieros	3234,37	3622,4944	4057,19373	4544,05698	5089,34381
<b>(=) Utilidad antes de participación</b>		<b>26033,42</b>	<b>29157,4304</b>	<b>32656,322</b>	<b>36575,0807</b>	<b>40964,0904</b>
<b>(-) 15 % Utilidad Trabajadores</b>		<b>3905,01</b>	<b>4373,6112</b>	<b>4898,44454</b>	<b>5486,25789</b>	<b>6144,60884</b>
<b>(=) Utilidad antes de impuestos</b>		<b>22128,41</b>	<b>24783,8192</b>	<b>27757,8775</b>	<b>31088,8228</b>	<b>34819,4815</b>
<b>(-) 25 % Impuesto a la renta</b>		<b>5532,1</b>	<b>6195,952</b>	<b>6939,46624</b>	<b>7772,20219</b>	<b>8704,86645</b>
<b>(=) Utilidad del presente ejercicio</b>		<b>16596,31</b>	<b>18587,8672</b>	<b>20818,4113</b>	<b>23316,6206</b>	<b>26114,6151</b>

**Elaborado por:** Silvia Remache

**INFLACION:**8 % anual

**Cuadro 58 costos fijos**

<b>COSTOS / GASTOS</b>	<b>VALOR</b>
MOD	11016,00
Sueldos Administrativos	12000,00
Aporte Ptronallece y Secap Administrativo	1458,00
Beneficios Sociales Administrativo	3136,00
Depreciacion de Activos fijos Administrativa	1110,00
CIF	2220,00
<b>TOTAL</b>	<b>30940,00</b>

**Elaborado por:** Silvia Remache

**Cuadro 59 costos variables**

<b>COSTOS / GASTOS</b>	<b>VALOR</b>
MPD	21456,00
Servicios Básicos Administrativos	1110,00
<b>TOTAL</b>	<b>22566,00</b>

**Elaborado por:** Silvia Remache

**INVERSION INICIAL:**

**II= CT + AF+ AD**

**II= 34692,00+ 11500,00+ 5274,05**

**II= 51466,05**



**5. Cuadro 60 Determinación de los Flujos Netos del Efectivo**

**EMPRESA DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS Y CATERING “LO NOVO”**

**FLUJO NETO DEL EFECTIVO**

<b>AÑOS</b>	<b>INVERSION INICIAL</b>	<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>AMOTIZACION</b>	<b>DEPRECIACION</b>	<b>CAPITAL PRESTAMO</b>	<b>VALOR RESIDUAL</b>	<b>FLUJO NETO EFECTIVO</b>
0	-51466,05	-	-	-	-	-	-
1		16596,31	843,84	243,38	2300		15383,53
2		18587,8672	843,84	243,38	2300		17375,0872
3		20818,4113	843,84	243,38	2300		19605,6313
4		23316,6206	843,84	243,38	2300		22103,8406
5		26114,6151	843,84	243,38	2300	3264,32	28166,1551

**Elaborado por:** Silvia Remache

## 6. Viabilidad Financiera

### CALCULO DEL VAN:

**VAN 1** (Valor Actual Neto):

$$\mathbf{VAN\ 1 = -I + \frac{FNE1}{(1,1250)^1} + \frac{FNE2}{(1,1250)^2} + \frac{FNE3}{(1,1250)^3} + \frac{FNE4}{(1,1250)^4} + \frac{FNE5}{(1,1250)^5}}$$

$$\mathbf{VAN\ 1 = -51466,05 + \frac{15383,53}{(1,1250)^1} + \frac{17375,0872}{(1,1250)^2} + \frac{19605,6313}{(1,1250)^3} + \frac{22103,8406}{(1,1250)^4} + \frac{28166,1551}{(1,1250)^5}}$$

$$\mathbf{VAN\ 1 = -51466,05 + 13674,25 + 13728,46 + 13769,66 + 13799,32 + 15630,21}$$

$$\mathbf{VAN1 = 19135,85}$$

**VAN 2** (Valor Actual Neto):

$$\mathbf{VAN\ 2 = -I + \frac{FNE}{(1,18)^1} + \frac{FNE}{(1,18)^2} + \frac{FNE}{(1,18)^3} + \frac{FNE}{(1,18)^4} + \frac{FNE}{(1,18)^5}}$$

$$\mathbf{VAN\ 2 = -51466,05 + \frac{15383,53}{(1,18)^1} + \frac{17375,0872}{(1,18)^2} + \frac{19605,6313}{(1,18)^3} + \frac{22103,8406}{(1,18)^4} + \frac{28166,1551}{(1,18)^5}}$$

$$\mathbf{VAN\ 2 = -51466,05 + 13036,89 + 12478,51 + 11932,59 + 11400,92 + 12311,68}$$

$$\mathbf{VAN2 = 9694,54}$$

### Cuadro 61 Calculo del TIR

AÑOS	VAN 1 (12, 50 %)	VAN 2 (18 %)
0	-51466,05	-51466,05
1	13674,25	13036,89
2	13728,46	12478,51
3	13769,66	11932,59
4	13799,32	11400,92
5	15630,21	12311,68
<b>TOTAL</b>	<b>19135,85</b>	<b>9694,54</b>

**Elaborado por:** Silvia Remache

$$\text{TIR} = \text{tim} + (\text{Tim} - \text{tim}) \frac{\sum \text{Vantim}}{\sum \text{Vantim} - \sum \text{VanTim}}$$

$$\text{TIR} = 0,125 + (0,18 - 0,125) \frac{19135,85}{19135,85 - 9694,54}$$

$$\text{TIR} = 0,125 + (0,05)(2,02)$$

$$\text{TIR} = 0,125 + 0,10$$

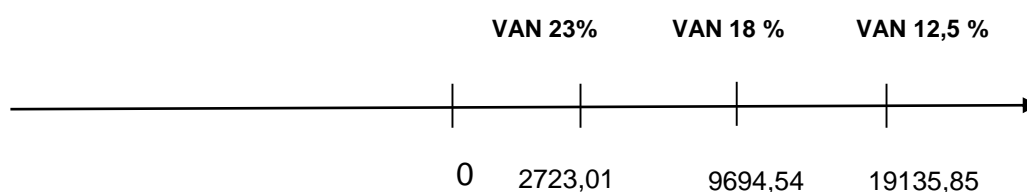
$$\text{TIR} = 0,23 = 23 \%$$

$$\text{VAN 3} = -I + \frac{\text{FNE}}{(1,23)^1} + \frac{\text{FNE}}{(1,23)^2} + \frac{\text{FNE}}{(1,23)^3} + \frac{\text{FNE}}{(1,23)^4} + \frac{\text{FNE}}{(1,23)^5}$$

$$\text{VAN 3} = -51466,05 + \frac{15383,53}{(1,23)^1} + \frac{17375,0872}{(1,23)^2} + \frac{19605,6313}{(1,23)^3} + \frac{22103,8406}{(1,23)^4} + \frac{28166,1551}{(1,23)^5}$$

$$\text{VAN 3} = -51466,05 + 12506,93 + 11484,62 + 10535,75 + 9657,11 + 10004,65$$

$$\text{VAN3} = 2723,01$$



### Cuadro62 Calculo del PRI

AÑOS	VAN 1 (12,50%)	PRI
0	- 51466,05	- 51466,05
1	13728,46	-37737,59
2	13769,66	-23967,93
3	13799,32	-10168,61
4	15630,21	5461,6

Elaborado por: Silvia Remache

El periodo de recuperación de la inversión(PRI) se dará a los 3,5 años

### Cuadro63Relación Beneficio / Costo

AÑOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	COSTOS ACTUALIZADOS
1	86400	60366,58
2	96768	60610,56
3	108380,16	75723,83
4	121385,77	80810,69
5	135952,07	90987,98
<b>TOTAL</b>	<b>548886,01</b>	<b>368499,64</b>

Elaborado por: Silvia Remache

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

$$R B / C = \frac{548886,012}{368499,64}$$

$$R B / C = 1,50$$

### **PUNTO DE EQUILIBRIO**

$$CF = 30940,00$$

$$CV = 22566,00 / 9600 = 2,35$$

$$\text{Ingresos} = 86400,00$$

### **PUNTO DE EQUILIBRIO**

$$PE = \frac{\text{COSTO FIJO}}{1 - \frac{\text{COSTOS VARIABLES}}{\text{VENTAS TOTALES}}}$$

$$PE = \frac{30940,00}{1 - \frac{2,35}{86400,00}}$$

$$PE = \$ 30943,09$$

Es lo que la Empresa necesita vender para ni ganar ni perder solo para mantenerse

## **f. ASPECTOS AMBIENTALES**

Con este estudio se va a predecir los impactos ambientales que producirá la implementación de un servicio de catering y eventos por eso la formulación de medidas de mitigación sobre aquellas acciones negativas para el medio ambiente.

### **i. Impacto Ambiental del proyecto**

Se identificó las principales actividades que se realizaran en el proyecto y que pueda causar diferentes impactos sobre el medio ambiente.

- Instalación de la maquinaria y lavabos: se producirá ruido por la colocación de los mismos, generara molestias visuales para las personas ahí presentes, y se contaminara el aire por el polvo provocado.
- Producción innecesaria de desechos orgánicos e inorgánicos de la empresa de catering: la acumulación de desechos producirá mal olor en la empresa por lo que contaminara el aire.
- La limpieza y la salubridad serán temas de mucha importancia dentro del catering, pero en lo posible tratar de no utilizar productos demasiado tóxicos.

### **ii. Acciones remediales**

- No hacer ruido más de lo necesario. Al terminar se procederá a la recolección y manejo de desechos.
- Los tratamientos que se darán para los desechos orgánicos e inorgánicos durante la producción se detallan a continuación :

### **Desechos orgánicos**

- Utilizar la materia prima no más de lo necesario, de esta manera evitaremos la pérdida innecesaria de recursos financieros.
- Los residuos orgánicos serán procesados transformando la materia orgánica en humus.
- Evitar la acumulación de basura dentro y fuera del establecimiento
- Usar contenedores apropiados
- Limpiar y lavar los contenedores frecuentemente
- Mantener la basura en áreas designadas

### **Desechos inorgánicos**

- Estos desechos serán reciclados, los términos claves para lograr este propósito son:

### **REDUCIR- REHUSAR- RECICLAR**

Para **REDUCIR** la basura se debe evitar:

- Evitar el exceso de envoltorios o fundas
- Usar vajilla desechables
- Compra de productos embalados con materia no reciclables
- Compra de productos de limpieza tóxicos

Para **REHUSAR**

- Los envases retornables
- Los productos reusables
- Los filtros de telas lavables

## Para **RECICLAR**

Reciclar significa volver a utilizar los materiales ya utilizados para que formen parte de nuevos productos similares, con beneficios como:

- Darle tratamiento a la materia prima ya utilizada para una nueva preparación
- Reducción de la contaminación del suelo por disposición de la basura
- Utilizar los cartones desechados para guardar producto secos



## IX. BIBLIOGRAFIA

### **COLTA CANTON**

<http://es.wikipedia.org>

2011-10-20

### **COLTA-GASTRONOMIA**

[www.municipiodecolta.gob](http://www.municipiodecolta.gob).

2012-02-23

### **CATERING (CONCEPTO)**

<http://www.definicionabc.com>

2011-10-20

### **SERVICIO (CATERING)**

<http://rincondeluniversitario.blogspot.com>

2011-10-20

### **MERCADO-ESTRATEGIAS**

<http://www.promonegocios.net>

2011-11-15

### **ESTUDIO DE MERCADO**

<http://es.wikipedia.org>

2011-11-15

**Chiavenato, I.** Administración Proceso Administrativo: Teoría, proceso y práctica. 3ª. ed. México:Mc Graw Hill. 2001

**Duran, C.** El restaurante como empresa. México: Trillas 2002.

**Garza,** Administración Contemporánea. 2ª. ed. México : McGraw Hill, 1999.

**Jijena, R.** Como organizar eventos con éxito. Buenos Aires: Lectorum-Ugerman 1997

**Richero, A.** Planeación y ejecución de eventos. Presenciales y en línea. México:Trillas 2007

**Reyes, A.** Administración de empresas Teoría y Práctica. México: Limusa, 2005

**Alcaraz, R.** El Emprendedor del Éxito. México: McGraw Hill. 1998.

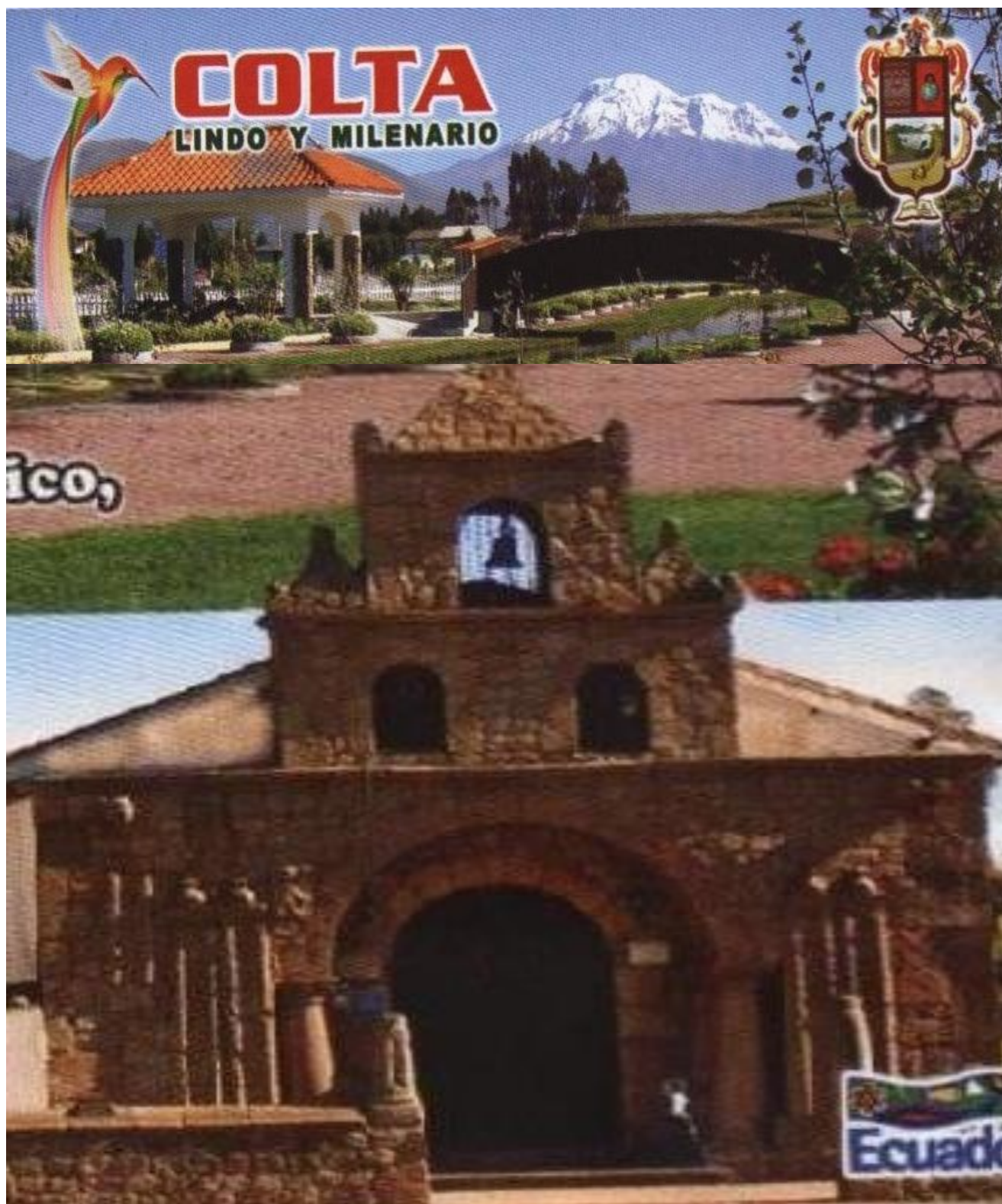
**Vásquez, L.Saltos, N.** Ecuador su Realidad.18ª.ed. Quito: Abya – Yala 2010.

**Ordoñez, J.Revelo, C.** Chimborazo Endemain 2004. Quito: CEPAR 2005.

**Guerrero, P.** La Cultura: estrategias conceptuales para comprender la identidad, la diversidad la alteridad y la diferencia. Quito: Abya-Yala 2002.

**Poloni, J.** El mosaico Indígena. Quito: Abya- Yala Instituto Francés de Estudios Andinos 2006.

X. ANEXOS



ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO  
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA  
ESCUELA DE GASTRONOMIA

ENCUESTA

**OBJETIVO:**

DETERMINAR EL NIVEL DE ACEPTACIÓN DE UN ESTABLECIMIENTO QUE BRINDE SERVICIO DE CATERING Y ORGANIZACIÓN DE EVENTOS EN EL CANTÓN COLTA PARROQUIA CAJABAMBA DURANTE EL PERIODO 2012-2013.

INFORMACION PERSONAL

> EDAD:

20 a 30 años

31 a 40 años

41 a 50 años

más de 51 años

> GENERO: FEMENINO

MASCULINO

> PROFESION: \_\_\_\_\_

> NIVEL DE INGRESOS MENSUALES:

\$ 250 - \$ 500

\$ 501 - \$ 1000

más de \$ 1001

INFORMACION DE DEMANDA

1. ¿CONOCE USTED UN ESTABLECIMIENTO QUE BRINDE CATERING Y ORGANIZACIÓN DE EVENTOS ?

SI

NO

2. ¿CONOCE ALGÚN ESTABLECIMIENTO QUE OFREZCA ESTE TIPO DE SERVICIOS?

SI

NO

3. ¿SI REALIZARA ALGÚN TIPO DE EVENTO CONTRATARÍA ESTOS TIPOS DE SERVICIOS?

SI

NO

4. ¿QUÉ PRECIO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR ESTOS TIPOS DE SERVICIOS EN LOS QUE INCLUIRÍA: MESAS, CUBERTERÍA, MESEROS, CRISTALERÍA Y UN MENÚ?

\_\_\_\_\_

5. ¿QUÉ CARACTERÍSTICAS OBSERVA AL MOMENTO DE REALIZAR UN EVENTO?

PRESENTACION DEL LOCAL

CALIDAD DE LA COMIDA

CALIDAD DEL SERVICIO

PRECIO

CUMPLIMIENTO

OTRAS

CUAL \_\_\_\_\_

6. ¿QUÉ MEDIOS DE COMUNICACIÓN USTED OBSERVA O ESCUCHA CON FRECUENCIA?

RADIO

CUAL \_\_\_\_\_

TELEVISION

CUAL \_\_\_\_\_

PERIODICOS

CUAL \_\_\_\_\_

7. ¿LE GUSTARÍA QUE AQUÍ EN LA PARROQUIA DE CAJABAMBA SE CREE ESTE TIPO DE ESTABLECIMIENTO?

SI

NO

PORQUE? \_\_\_\_\_

GRACIAS POR SU COLABORACION

## PROVEEDORES

Ciudad: Riobamba

PRODUCTO	EMPRESA	CIUDAD
Lomo de res	La condamine	Riobamba
Pimiento verde	Mercado mayorista	Riobamba
Pimiento rojo	Mercado mayorista	Riobamba
Cebolla perla	Mercado mayorista	Riobamba
Camarones	La condamine	Riobamba
Pollo	La condamine	Riobamba
Aceite	Dicosavi	Riobamba
Sal	Dicosavi	Riobamba
Pimienta	Dicosavi	Riobamba
Palillos de brochetas	Dicosavi	Riobamba
Alas de pollo	La condamine	Riobamba
Huevo	Dicosavi	Riobamba
Apanadura	Dicosavi	Riobamba
Harina	Dicosavi	Riobamba
Verdes	Mercado mayorista	Riobamba
Queso de mesa	La condamine	Riobamba
Cebolla blanca	Mercado mayorista	Riobamba
champiñones	Dicosavi	Riobamba
Mantequilla	Dicosavi	Riobamba
Pimientos morrón	La Iberica	Riobamba
Queso mozzarella rallado	La Iberica	Riobamba
Nuez	La Iberica	Riobamba
Arroz	Dicosavi	Riobamba
Jamón	La Iberica	Riobamba
Papa	Mercado mayorista	Riobamba
Hilo de bridar	La Iberica	Riobamba
Cilandro	Mercado mayorista	Riobamba
Perejil	Mercado mayorista	Riobamba
Zanahoria	Mercado mayorista	Riobamba
Vainita	Mercado mayorista	Riobamba
Maicena	Dicosavi	Riobamba
Ajo	Mercado mayorista	Riobamba
Maracuyá	Mercado mayorista	Riobamba
Ron	Dicosavi	Riobamba
Mayonesa	Dicosavi	Riobamba
Salsa de tomate	Dicosavi	Riobamba
Naranja	Mercado mayorista	Riobamba
Curry	La Iberica	Riobamba
Leche	La condamine	Riobamba
Choclo	Mercado mayorista	Riobamba
Arveja	Mercado mayorista	Riobamba

Espinaca	Mercado mayorista	Riobamba
Crema de leche	La Iberica	Riobamba
Manzana	Mercado mayorista	Riobamba
Uvas verdes	Mercado mayorista	Riobamba
Uvas rojas	Mercado mayorista	Riobamba
Mango	Mercado mayorista	Riobamba
Lechuga	Mercado mayorista	Riobamba
Yogurt natural	La Iberica	Riobamba
Gaseosa de naranja	Dicosavi	Riobamba
Fécula de maíz	Dicosavi	Riobamba
Apio	Mercado mayorista	Riobamba
Ciruela pasa	La Iberica	Riobamba
Laurel	La Iberica	Riobamba
Fresas	Mercado mayorista	Riobamba
Duraznos	Mercado mayorista	Riobamba
Bananas	Mercado mayorista	Riobamba

**Fuente:** Trabajo e Investigación de campo

**Elaborado por:** Silvia Remache Y.