



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES
BILINGÜE**

TEMA

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la prestación de un servicio exclusivo de catering dirigido al personal que labora en las empresas situadas en el sector corporativo de la ciudad de Guayaquil y potencialización de dicha actividad a futuro para el transporte terrestre y marítimo.

AUTORA

BRAVO PINEDA VALERIA FERNANDA

Trabajo de titulación previo a la Obtención del Título de:
INGENIERA EN COMERCIO Y FINANZAS
INTERNACIONALES BILINGÜE"

TUTOR

Ing. Rolando Farfán Vera, MAE

Guayaquil, Ecuador
2014



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES
BILINGÜE**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por Valeria Fernanda Bravo Pineda, como requerimiento parcial para la obtención del Título de Ingeniera en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe.

TUTOR

Ing. Rolando Farfán Vera, MAE

REVISOR(ES)

Ing. Qca. María Josefina Alcívar Aviles

Msc. Franklin González

DIRECTOR DE LA CARRERA

Econ. María Teresa Alcívar Aviles

Guayaquil, a los once días del mes de Junio del año 2014



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES
BILINGÜE**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Valeria Fernanda Bravo Pineda**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación Estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la prestación de un servicio exclusivo de catering dirigido al personal que labora en las empresas situadas en el sector corporativo de la ciudad de Guayaquil y potencialización de dicha actividad a futuro para el transporte terrestre y marítimo, previa a la obtención del Título de **Ingeniera en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría. En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

LA AUTORA:

Valeria Fernanda Bravo Pineda

Guayaquil, a los once días del mes de Junio del año 2014



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES
BILINGÜE**

AUTORIZACIÓN

Yo, **Valeria Fernanda Bravo Pineda**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: Estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la prestación de un servicio exclusivo de catering dirigido al personal que labora en empresas situadas en el sector corporativo de la ciudad de Guayaquil y potencialización de dicha actividad a futuro para el transporte terrestre y marítimo, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

LA AUTORA:

Valeria Fernanda Bravo Pineda

Guayaquil, a los once días del mes de Junio del año 2014

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a Dios que es el ser a quien más admiración y respeto tengo, fue él quien me fortaleció y me brindo la inteligencia durante estos cuatro años de carrera y es quien me ha permitido vivir y disfrutar de esta importante etapa de mi vida como es culminación mis estudios de tercer nivel; a mi novio Martin quien con sus palabras me dio mucha felicidad en los momentos de cansancio y a mis padres de los cuales estoy muy orgullosa.

Valeria Bravo.

DEDICATORIA

Dedico mi Trabajo de Titulación a Dios que con su infinito amor me alentó y me dio energías para seguir en la lucha del día a día aun cuando me encontraba sin fuerzas, a mis padres Arturo y Lourdes por su apoyo incondicional, ellos han sido los pilares fundamentales para concluir este trabajo. A los docentes por su tiempo, conocimiento y consejos.

Valeria Bravo.



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES
BILINGÜE**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Ing. Rolando Farfán Vera, MAE

(NOMBRES Y APELLIDOS)

PROFESOR DELEGADO



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES
BILINGÜE**

CALIFICACIÓN

TUTOR:

Ing. Rolando Farfán Vera, MAE

ÍNDICE GENERAL

CERTIFICACIÓN.....	I
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD.....	II
AUTORIZACIÓN.....	III
AGRADECIMIENTO	IV
DEDICATORIA	V
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN	VI
CALIFICACIÓN	VII
ÍNDICE GENERAL	VIII
RESUMEN.....	XVIII
ABSTRACT	XIX
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO 1.....	2
EL PROBLEMA	2
1.1. Tema.....	2
1.2. Antecedentes	2
1.3. Planteamiento del Problema o Necesidad	4
1.4. Justificación del Proyecto	4
1.5. Objetivos de la Investigación	5
1.5.1. Objetivo general	5
1.5.2. Objetivos específicos.....	5
1.6. Beneficiarios de la propuesta de intervención.....	5
CAPITULO 2.....	7
MARCO TEÓRICO	7
2.1. Fundamentación Teórica	7

2.1.1.	Pirámide de alimentación de Maslow.....	7
2.1.2.	Normas de calidad alimentaria	8
2.1.3.	Análisis de la factibilidad.....	8
2.2.	Marco conceptual	9
CAPITULO 3.....		12
MARCO METODOLÓGICO		12
3.1.	Objetivo de la investigación de mercados.....	12
3.2.	Segmentación de mercados	12
3.2.1.	Variables de Segmentación	12
3.2.1.1.	Segmentación Geográfica	12
3.2.1.2.	Segmentación Demográfica	13
3.2.1.3.	Segmentación Psicológica.....	13
3.2.1.4.	Segmentación Conductual.....	13
3.3.	Identificación del Tamaño del Universo	13
3.4.	Cálculo de la Muestra	14
3.5.	Elaboración de la Encuesta	15
3.6.	Levantamiento del informe de la investigación de mercados	15
CAPITULO 4.....		17
ANÁLISIS Y RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN		17
4.1.	Explicación y análisis de los resultados	17
4.2.	Identificación de oferta y demanda	33
4.2.1.	Cálculo de oferta	33
4.2.2.	Cálculo de la demanda	35
CAPÍTULO 5.....		38
PROPUESTA DE CREACIÓN DE LA EMPRESA.....		38
5.1.	ESTUDIO ADMINISTRATIVO	38
5.1.1.	Objetivo del Capítulo.....	38

5.1.2.	La Empresa.....	38
5.1.2.1.	Nombre o Razón Social	38
5.1.2.2.	Tipo de Empresa.....	38
5.1.2.3.	Requisitos	38
5.1.2.4.	Procedimientos de constitución.....	41
5.1.2.5.	Procedimiento de funcionamiento	41
5.1.2.6.	Procedimientos tributarios.....	42
5.1.2.7.	Requisitos para el Registro Mercantil.....	42
5.1.2.8.	Requisitos para obtener el RUC.....	43
5.1.2.9.	Requisitos para obtener la Patente Municipal	43
5.1.2.10.	Requisitos para el Servicio del Cuerpo de Bomberos.....	44
5.1.2.11.	Requisitos para obtener la Tasa de Habilitación	44
5.1.2.12.	Requisitos para obtener la Licencia Anual de Funcionamiento	45
5.1.2.13.	Certificado de compatibilidad de uso del suelo y zonificación	45
5.1.2.14.	Permiso de rotulación y publicidad exterior	46
5.1.3.	Base Filosófica de la Empresa.....	46
5.1.3.1.	Misión	46
5.1.3.2.	Visión.....	47
5.1.3.3.	Principios y valores	47
5.1.3.4.	Objetivos y Estrategias Empresariales	48
5.1.3.5.	Estrategias.....	48
5.1.4.	Organización.....	50
5.1.4.1.	Organigrama Estructural.....	50
5.1.4.2.	Organigrama Funcional	51
5.1.4.3.	Manual Orgánico Funcional.....	51
5.1.6.	Marketing Mix.....	59
5.1.6.1.	Estrategia de Producto	59

5.1.6.2.	Estrategia de Precio	63
5.1.6.3.	Estrategia de Plaza	63
5.1.6.4.	Estrategia de Promoción	63
5.1.7.	Análisis FODA.....	68
5.2.	ESTUDIO TÉCNICO.....	68
5.2.1.	Objetivo del estudio técnico	68
5.2.2.	Localización del proyecto	68
5.2.2.1.	Macro localización	69
5.2.2.2.	Micro localización.....	70
5.2.3.	Ingeniería del Proyecto	72
5.2.3.1.	Características del Producto/Servicio.....	72
5.2.3.2.	Descripción del Proceso de Producción.....	73
5.2.3.3.	Diagrama de flujo del proceso de producción.....	76
5.2.3.4.	Distribución de las instalaciones	77
5.2.3.5.	Requerimiento de mano de obra.....	79
5.2.3.6.	Requerimiento de Activos Fijos.....	79
5.2.3.7.	Requerimiento de Materiales, Suministros y Servicios	79
5.2.3.8.	Selección de proveedores.....	80
	CAPÍTULO 6.....	81
	ESTUDIO FINANCIERO.....	81
6.1.	Inversión inicial del Proyecto	81
6.2.	Financiamiento	82
6.3.	Proyección de ingresos por ventas	84
6.4.	Proyección de costos.....	86
6.5.	Gastos administrativos	88
6.6.	Gastos de venta	89
6.7.	Gastos de depreciación de los activos.....	90

6.8.	Capital de Trabajo	92
6.9.	Estados Financieros	92
6.9.1.	Estado de Pérdidas y Ganancias.....	92
6.9.2.	Flujo de Caja	93
6.10.	Evaluación Financiera del Proyecto.....	93
6.10.1.	Cálculo de la tasa de descuento TMAR.....	94
6.10.2.	Valor Presente Neto	95
6.10.3.	Tasa Interna de Retorno.....	95
6.10.4.	Periodo de Recuperación del capital (Payback).....	96
6.11.	Análisis de sensibilidad.....	97
6.11.1.	Evaluación financiera escenario optimista	97
6.11.2.	Evaluación financiera escenario pesimista	98
	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	100
	Conclusiones	100
	Recomendaciones	101
	BIBLIOGRAFÍA.....	102
	Bibliografía en Libros.....	102
	Bibliografía en Sitios Web	104
	Anexos	A
	Anexo 1. Encuesta	A
	Anexo 2. Contrato de prestación de servicios de catering	E
	Anexo 3. Detalle de inversiones	G
	Anexo 4. Detalle de costos y gastos.....	K

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1. Identificación del Tamaño del Universo.....	14
Tabla N° 2. Edad	17
Tabla N° 3. Género.....	18
Tabla N° 4. Opinión de los recursos alimenticios	19
Tabla N° 5. Satisfacción con las opciones alimentarias	20
Tabla N° 6. Servicio de Catering.....	21
Tabla N° 7. Nombres de empresas dedicadas a la misma actividad.....	22
Tabla N° 8. Tipos de Comida.....	23
Tabla N° 9. Contratación del servicio de catering	24
Tabla N° 10. Frecuencia de contratación del servicio	25
Tabla N° 11. Disponibilidad a pagar.....	26
Tabla N° 12. Características diferenciadoras.....	27
Tabla N° 13. Servicio Adicional.....	28
Tabla N° 14. Diseño de paquetes especiales.....	29
Tabla N° 15. Factibilidad de contratación del servicio	30
Tabla N° 16. Información de nuevos productos	31
Tabla N° 17. Medios de información	32
Tabla N° 18. Frecuencia de uso de los servicios de catering.....	36
Tabla N° 19. Cálculo de la demanda	36
Tabla N° 20. Proyección de la demanda.....	37
Tabla N° 21. Descripción del cargo Gerencia General.....	52
Tabla N° 22. Descripción del cargo Asistente Administrativa	53
Tabla N° 23. Descripción del cargo Jefe de Operaciones	54
Tabla N° 24. Descripción del cargo Chef	55
Tabla N° 25. Descripción del cargo Ayudantes de Cocina	56

Tabla N° 26. Descripción del cargo Repartidor	57
Tabla N° 27. Descripción del cargo Coordinador Comercial y de Marketing	58
Tabla N° 28. Menú semanal	60
Tabla N° 29. Menú de dieta	61
Tabla N° 30. Estrategia de diversificación de servicio	62
Tabla N° 31. Requerimiento de mano de obra	79
Tabla N° 32. Inversión total Inicial.....	81
Tabla N° 33. Financiamiento.....	82
Tabla N° 34. Datos del crédito	82
Tabla N° 35. Tabla de amortización del Crédito.....	83
Tabla N° 36. Cantidad de atenciones.....	84
Tabla N° 37. Precio y costo por plato.....	85
Tabla N° 38. Presupuesto de Ingresos	85
Tabla N° 39. Proyección de Ingresos.....	86
Tabla N° 40. Salarios de Operación.....	86
Tabla N° 41. Costos Directos de producción.....	87
Tabla N° 42. Costos Indirectos	87
Tabla N° 43. Resumen de Costos.....	87
Tabla N° 44. Gastos Administrativos.....	88
Tabla N° 45. Gastos Generales	89
Tabla N° 46. Resumen de Gastos Administrativos.....	89
Tabla N° 47. Gastos Generales de Ventas	90
Tabla N° 48. Depreciación	91
Tabla N° 49. Capital de Trabajo.....	92
Tabla N° 50. Estado de Pérdidas y Ganancias	92
Tabla N° 51. Flujo de Caja.....	93
Tabla N° 52. Cálculo de la TMAR	94

Tabla N° 53. Cálculo del VAN.....	95
Tabla N° 54. Periodo de recuperación del capital	96
Tabla N° 55. Flujo de Caja escenario optimista	97
Tabla N° 56. Evaluación financiera escenario optimista.....	97
Tabla N° 57. Flujo de Caja escenario pesimista.....	98
Tabla N° 58. Evaluación financiera escenario pesimista.....	98
Tabla N° 59. Evaluación financiera de escenarios pesimista y optimista	99
Tabla N° 60. Requerimiento de Muebles y Enseres.....	G
Tabla N° 61. Equipos de Computación	G
Tabla N° 62. Vehículos	G
Tabla N° 63. Requerimiento de Maquinaria y Equipo.....	H
Tabla N° 64. Requerimiento de Utensilios	H
Tabla N° 65. Gastos Preoperacionales	I
Tabla N° 66. Resumen de activos fijos	J
Tabla N° 67. Activos intangibles	J
Tabla N° 68. Requerimiento de insumos de limpieza.....	K
Tabla N° 69. Servicios básicos	K
Tabla N° 70. Requerimiento de Materia Prima.....	L

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1. Pirámide de alimentación de Maslow.....	7
Gráfico N° 2. Edad.....	17
Gráfico N° 3. Género	18
Gráfico N° 4. Opinión de los recursos alimenticios.....	19
Gráfico N° 5. Satisfacción con las opciones alimentarias.....	20
Gráfico N° 6. Servicio de Catering	21
Gráfico N° 7. Nombres de empresas dedicadas a la misma actividad	22
Gráfico N° 8. Tipo de Comida	23
Gráfico N° 9. Contratación del servicio de catering	24
Gráfico N° 10. Frecuencia de contratación del servicio	25
Gráfico N° 11. Disponibilidad a Pagar.....	26
Gráfico N° 12. Servicio Adicional	28
Gráfico N° 13. Diseño de paquetes especiales	29
Gráfico N° 14. Factibilidad de contratación del servicio	30
Gráfico N° 15. Información de nuevos productos.....	31
Gráfico N° 16. Medios de información.....	32
Gráfico N° 17. Cifras del Censo Económico.....	33
Gráfico N° 18. Proyección de la demanda	37
Gráfico N° 19. Organigrama Estructural.....	50
Gráfico N° 20. Organigrama Funcional	51
Gráfico N° 21. Menú de dieta.....	62
Gráfico N° 22. Canal de Comercialización	63
Gráfico N° 23. Formato de página Web	64
Gráfico N° 24. Diseño Gráfico.....	65
Gráfico N° 25. Imagen Corporativa	67

Gráfico N° 26. Mapa de Macro localización	69
Gráfico N° 27. Mapa de Micro localización.....	71
Gráfico N° 28. Diagrama de flujo de proceso de servicio de catering.....	76
Gráfico N° 29. Distribución de Instalaciones	78

RESUMEN

Las empresas de catering en el Ecuador se han convertido en una de las opciones más rápidas y eficientes para personas naturales y jurídicas que día a día buscan alternativas innovadoras que eviten la tarea de organizar y planificar eventos sociales y empresariales que necesariamente requiere de profesionales que organicen y planifiquen un menú acorde a la ocasión.

Según el diario El Comercio (2012), el inicio de este enfoque de negocio nació en el 2007 tras la apertura de ferias y convenciones que fueron realizadas en Guayaquil como una de las principales ciudades del Ecuador, abriendo nuevas plazas de servicio que se focalizan en la organización del evento, comida, bebidas, todo en equipo de profesionales que tienen una amplia acogida.

La alta demanda de estos servicios se ve relacionada a empresas que se dedican a la elaboración de eventos sociales y empresariales, ofreciendo el catering como una alternativa de valor agregado. Es por esta razón que el estudio de factibilidad de servicio de catering debe establecer estrategias que permitan la diversificación creando clientes satisfechos que sean fieles al servicio, y que difundan los beneficios del Catering El Buen Sabor.

El presente estudio de factibilidad se ha analizado desde una perspectiva social que busca brindar un servicio de calidad y mejorar el estilo de vida de los ejecutivos, sin dejar de lado la búsqueda de una rentabilidad mediante aspectos financieros que evidenciarán el crecimiento empresarial. En dicho estudio se analizarán criterios de evaluación y periodos de recuperación de la inversión que son indispensables para inversionistas y empresarios que consideran el servicio de catering como una alternativa de negocio sustentable y viable a corto plazo.

Palabras Claves: Catering, Clientes, Sector Corporativo, Guayaquil, Servicio, Logística.

ABSTRACT

Catering companies in Ecuador have become one of the faster and more efficient for individuals and legal options that every day seeking innovative alternatives to avoid the task of organizing and planning social and business events that necessarily requires professionals to organize and plan a menu according to the occasion.

The opening of this business approach was born in 2007 after the opening of trade shows and conventions were held in Guayaquil as one of the main cities of Ecuador, opening new service plazas that focus on organizing the event, food, beverages, entire team of professionals who have a wide host.

The high demand for these services is related to companies engaged in the development of social and corporate events, offering catering as an alternative value-added. It is for this reason that the feasibility study should establish catering diversification strategies to creating satisfied customers who are faithful to the service, and to disseminate the benefits of Catering El Buen Sabor.

The feasibility study has been analyzed from a social perspective that seeks to provide quality service and improve the lifestyle of executives, the search of profitability through financial issues that will show business growth. In this study, evaluation criteria and payback periods on investment are essential for investors and entrepreneurs who consider catering as an alternative sustainable and viable business in the short term.

Keywords: Catering, Clients, Corporate Sector, Guayaquil, Service, Logistics.

INTRODUCCIÓN

El presente estudio tiene como fin realizar un análisis de factibilidad para la creación de una empresa que provee servicios de catering con enfoque en el sector empresarial y corporativo de la ciudad de Guayaquil, utilizando un proceso de logística eficiente al momento de entregar el almuerzo a los ejecutivos que requieren día a día alimentarse con comida de calidad.

Partiendo del supuesto de que existe la necesidad de alimentarse diariamente y de una manera saludable, se observa que en el sector corporativo muchas personas no llevan una dieta diaria y nutritiva. En la actualidad, es muy común encontrar problemas de salud debido al tipo de alimentación y al lugar donde acuden las personas a alimentarse, donde muchas veces no cuenta con la higiene necesaria y menos aún dispone de platos que sean nutritivos para los consumidores.

El servicio consiste en brindar almuerzos a los ejecutivos de las empresas situadas en los edificios corporativos, asegurándoles un servicio de calidad y permitiéndoles contar con una nueva opción de catering nutritivo y saludable, libre de colesterol que los beneficiará tanto en la salud como en su economía.

Los estudios de mercado, análisis técnico y financiero comprobarán que el proyecto de inversión tiene viabilidad en el mercado, gracias a las diferentes estrategias planteadas, así como también la demanda que se estima tener.

CAPÍTULO 1

EL PROBLEMA

1.1 Tema

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la prestación de un servicio exclusivo de catering dirigido al personal que labora en empresas situadas en el sector corporativo de la ciudad de Guayaquil y potencialización de dicha actividad a futuro para el transporte terrestre y marítimo.

1.2 Antecedentes

Guayaquil es una de las ciudades de mayor desarrollo a nivel comercial y corporativo; cada día podemos ver su crecimiento con la creación de nuevos edificios enfocados al sector empresarial, lo que induce a la necesidad de constituir diferentes tipos de negocios de alimentos para suplir las necesidades de las personas que laboran en este sector; es el caso del catering que debido a la gran demanda existente, ha tenido que ampliar sus servicios conforme a la evolución de la economía.

A continuación se dará a conocer como se dio por primera vez el catering a nivel mundial y aquí en el Ecuador.

De acuerdo a la Historia de la Cocina Gourmet (2010), originalmente el catering nació en el dirigible alemán, LZ 129, Hindenburg de 270 metros de largo, la aeronave de pasajeros más moderna en su categoría.

El chef Maier tenía bajo su mando a cuatro cocineros que como era habitual, sobre los últimos minutos, corrían nerviosamente por aquella bien equipada cocina, para entregar los platos de entrada compuestos de una ensalada de radicchio, tomate y zanahoria juliana, aderezada con aceite de oliva aromatizada con albahaca.

El menú continuó con un lenguado cubierto de una salsa de setas y patatas cocidas a la inglesa. De postre, helado de pistacho bañado en un culí de frutos del bosque y el café, estuvo acompañado de una porción de apfelstrudel con nata.

Sin embargo, en diciembre de ese mismo año, se inauguró la primera cocina en tierra para la preparación de platos elaborados, dentro de un hangar en Oakland, California, dándose así el primer paso hacia el futuro desarrollo del catering.

Era habitual que los pasajeros comieran en un restaurante del aeropuerto, antes de embarcarse, pero luego se impuso la modalidad de incluir comida caliente a bordo, elaborada en esos mismos restaurantes y conservada en grandes termos que mantenían una temperatura adecuada durante dos horas.

Las azafatas presentaban la comida enlatada y colocada sobre una bandeja con toda la vajilla y cubertería que se utilizaba normalmente en tierra y que el pasajero apoyaba sobre su falda con un cojín entre medio, porque todavía no se habían inventado las mesitas reclinables en la parte trasera del asiento.

En 1945 dos inventores van a revolucionar el servicio de cocina a bordo de las aeronaves; Clarence Birdseyes que ya había desarrollado en 1922 la técnica de congelación rápida y William Maxon, inventor del horno de convección para descongelar las comidas preparadas que él mismo había ideado.

Ambas técnicas se complementaron, permitiendo la preparación de comidas calientes en la misma cocina del avión, denominada Galley en la jerga aeronáutica.

Por eso las aerolíneas y empresas de catering, debieron aunar esfuerzos para desarrollar recetas y menús que satisfagan las necesidades de un público cada vez más exigente en materia gastronómica y durante mucho tiempo, la comida servida a bordo de las aeronaves, fue un factor determinante en el momento de elegir una compañía aérea. (O.N.G. Grupo Gastronautas, 2005).

Tanto en Alemania como en los Estados Unidos y aquí en el Ecuador llegó esta nueva modalidad de catering para implementarlo en las aerolíneas existentes.

El factor común fue que en varios países incluyendo Ecuador, el catering

evolució, no solamente como catering aéreo sino que también se desarrolló para empresas que querían encontrar solución a la problemática de sus empleados, al no poder contar con lugares o empresas que les pudieran brindar un buen servicio de alimentación con atención personalizada.

1.3 Planteamiento del Problema o Necesidad

Las empresas situadas en el sector corporativo ya sea del centro, norte o sur de la ciudad no brindan almuerzos a sus ejecutivos por las políticas establecidas en estos edificios y por sus instalaciones que son reducidas; los empleados al verse afectados por la falta de lugares de comida, ocasiona que recurran en su mayoría a patios de comida de centros comerciales lo cual es muy costoso alimentarse a diario además que no estarían comiendo saludablemente.

Además tomando en cuenta que los empleados de este sector solo tienen una hora para salir a almorzar y la distancia hacia estos lugares de comida es larga, lo que ocasiona que el personal tenga que comer al apuro y no les haga provecho el alimento, adicional que se exponen a que los multen por tomarse más tiempo del horario establecido o sean víctimas por robo mientras salen a buscar el lugar donde puedan almorzar.

1.4 Justificación del Proyecto

Al observar la necesidad por la que está pasando este sector surgió la idea de ofrecer un servicio de catering (personalizado) de entrega de almuerzos ejecutivos para sus empleados y poder brindar una alimentación sana y saludable, acortar la distancia de ir a comer fuera ya que les entregaríamos los almuerzos en su lugar de trabajo, además que tendrán un tiempo prudente y tranquilo para comer.

El propósito principal de este proyecto es brindarle al ejecutivo comodidad a la hora de almorzar y también en su economía ya que el servicio además de contar con una excelente atención, brindará al ejecutivo facilidad a la hora de pagar pues se entregará los almuerzos con crédito a quince días a fin de poder captar la mayor parte de la demanda.

Con estos antecedentes, cabe preguntarse:

- ¿Es factible brindar el servicio de catering a este sector?
- ¿Gustará la propuesta que ofrecemos al consumidor final?

Para dar respuestas a estas interrogantes que constituyen la problemática a solucionar, se plantea y desarrolla esta investigación y genera este proyecto como trabajo de titulación.

1.5 Objetivos de la Investigación

1.5.1 Objetivo general

Analizar la factibilidad de crear un servicio de catering que provea de almuerzos caseros y nutritivos a los empleados que trabajen en empresas ubicadas dentro de edificios corporativos del centro y norte de Guayaquil y no tengan a un restaurante cerca del sector donde laboran.

1.5.2 Objetivos específicos

1. Determinar la demanda potencial.
2. Determinar la oferta actual del servicio.
3. Determinar la zona ideal de acción.
4. Diseñar un plan de logística y abastecimiento para atender al sector centro y norte de la ciudad de Guayaquil.
5. Investigar los requisitos necesarios para constituir legalmente el negocio.
6. Formular un estudio financiero con el fin de conocer la rentabilidad del negocio.
7. Identificar el monto a invertir.

1.6 Beneficiarios de la propuesta de intervención

- **Mercado:** El mercado se verá beneficiado con un servicio de catering (personalizado) el cual se caracterizará por la entrega de almuerzos ejecutivos a los empleados de las instituciones públicas y privadas además ofrecerá la

oportunidad de alimentar de una manera sana y saludable a los mismos. Con lo cual se busca el poder llegar a satisfacer los diferentes gustos, preferencias y necesidades de los consumidores.

- **Sociedad:** La sociedad en general se verá beneficiada con el proyecto de factibilidad para la creación de un servicio exclusivo de catering dirigido al personal que labore en empresas situadas en el sector corporativo de la ciudad, y con la potencialización de esta actividad en un futuro generando fuentes de empleo, contribuyendo al desarrollo socioeconómico de la ciudad.
- **Mentalizador del proyecto:** Permite al mentalizador del proyecto la obtención del título de Ingeniería en Comercio y Finanzas Internacionales bilingüe, logrando así la culminación de la carrera y la puesta en práctica de todo lo aprendido durante su preparación universitaria, tanto intelectual como en valores.
- **Universidad Católica De Santiago de Guayaquil:** La universidad será beneficiada porque existirá una fuente de referencia al momento de realizar el estudio de factibilidad, aplicando los conocimientos adquiridos durante los años de aprendizaje en la institución señalada.

CAPITULO 2

MARCO TEÓRICO

2.1. Fundamentación Teórica

El primer tema de investigación en relación a las teorías de la alimentación, como base para considerar la manera en la que se va a desarrollar el producto alimenticio, está la teoría de Maslow, la cual indica:

2.1.1. Pirámide de alimentación de Maslow

Según la teoría de las necesidades humanas propuesta por Abraham Maslow en la obra "Una teoría sobre la motivación humana" (A Theory of Human Motivation) escrita en 1943, estableció un modelo de jerarquías de necesidades en la cual se describe de manera triangular las necesidades más importantes en los niveles bajos.

Gráfico N° 1. Pirámide de alimentación de Maslow



Fuente: (Kotcher, 2009).

La alimentación se encuentra en la base de la pirámide de necesidades, junto con respirar, descansar, tener relaciones sexuales y mantener el equilibrio en

nuestro organismo. Consideradas como necesidades fisiológicas que son imprescindibles para la supervivencia. Si no llegan a ser cumplidas no permiten alcanzar los siguientes niveles de necesidad, que las puede aspirar de forma individual y colectiva (Kotcher, 2009).

Otro tema de estudio corresponde a las normas de calidad alimentaria:

2.1.2. Normas de calidad alimentaria

Bajo este parámetro se han creado normas internacionales que se encargan del control y calidad de alimentos, para esto se ha creado un sistema HACCP con sus siglas en inglés "Hazard Analisis and Critical Control Point" que garantiza la seguridad de las operaciones, elaboración y preparación de alimentos para prevenir los riesgos que podría tener el consumidor de alimentos y dar mayor seguridad a los productos. Bajo este protocolo se ha considerado establecer principios que están relacionados a la evolución y análisis de riesgos, a los criterios de control y le monitoreo de los puntos críticos con la finalidad de brindar un servicio de alimentación seguro, que pueden adaptarse a las normas ISO 9001 con las cuales se establece parámetros y especificaciones de control. (Tauro, 2011)

A través de este modelo se ha empleado principios y directrices que permitirán mantener un control de calidad alimenticia y de manipulación acorde al servicio de catering que se brinda en la ciudad de Guayaquil con la finalidad de brindar un servicio que cumpla con la responsabilidad alimentaria y garantice un proceso seguro.

Finalmente en relación al análisis de factibilidad que se desarrollará, se utilizará como principal autor y su teoría a Chiavenato (2010), que indica:

2.1.3. Análisis de la factibilidad

De acuerdo con Chiavenato, el estudio de factibilidad permite establecer pautas para el desarrollo del proyecto en donde se establecen la disponibilidad de los recursos para llevar a cabo las metas y objetivos propuestos.

El estudio hace hincapié en la factibilidad operativa, técnica, administrativa y económica con el fin de definir el grado de alcance del proyecto.

2.2. Marco conceptual

- **Cliente:** Cliente puede ser utilizado, según el contexto, como sinónimo de comprador (la persona que compra el producto), usuario (la persona que usa el servicio) o consumidor (quien consume un producto o servicio). (Vidales, 2003)
- **Comercialización:** Es poner a la venta un producto o darle las condiciones y vías de distribución para su venta. (Vidales, 2003)
- **Costos:** El Costo es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. Dicho en otras palabras, el costo es el esfuerzo económico (el pago de salarios, la compra de materiales, la fabricación de un producto, la obtención de fondos para la financiación, la administración de la empresa, etc.) que se debe realizar para lograr un objetivo operativo. (Vidales, 2003)
- **Demanda insatisfecha:** Aquella parte de la demanda planeada (en términos reales) en que éste excede a la oferta planeada y que, por lo tanto, no puede hacerse compra efectiva de bienes y servicios. (Vidales, 2003)
- **Demanda:** Para la economía, la demanda es la suma de las compras de bienes y servicios que realiza un cierto grupo social en un momento determinado. Puede hablarse de demanda individual (cuando involucra a un consumidor) o demanda total (con la participación de todos los consumidores de un mercado). (Vidales, 2003)
- **Distribución:** Distribución es la acción y efecto de distribuir (dividir algo entre varias personas, dar a algo el destino conveniente, entregar una mercancía, es muy habitual en el comercio para nombrar al reparto de productos. La distribución, en este caso, es el proceso que consiste en hacer llegar físicamente el producto al consumidor. (Vidales, 2003)
- **Empresa:** Es una unidad económico-social, integrada por elementos humanos, materiales y técnicos, que tiene el objetivo de obtener utilidades a través de su participación en el mercado de bienes y servicios. Para esto, hace uso de los factores productivos (trabajo, tierra y capital). (Vidales, 2003)

- **Estudio financiero:** Los objetivos de esta etapa son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionará las etapas anteriores, elaborará los cuadros analíticos y antecedentes adicionales para la evaluación del proyecto, además, evaluará los antecedentes anteriores para determinar su rentabilidad. (Vidales, 2003)

- **Estudio de mercado:** Un estudio de mercado nos permite obtener, analizar y comunicar y evaluar toda la información acerca de los clientes, el producto, el precio, el tipo de distribución, las promociones, los competidores y los proveedores por medio de una encuesta de mercado, es una manera más eficaz. (Vidales, 2003)

- **Estudio técnico:** Proporciona 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. (Vidales, 2003)

- **Inversión:** Una inversión, en el sentido económico, es una colocación de capital para obtener una ganancia futura. Esta colocación supone una elección que resigna un beneficio inmediato por uno futuro y, por lo general, improbable. (Vidales, 2003)

- **Mano de obra:** Es el esfuerzo físico y mental que se pone al servicio de la fabricación de un bien. El concepto también se utiliza para nombrar al costo de este trabajo (es decir, el precio que se le paga al trabajador por sus recursos) (Vidales, 2003)

- **Materia prima:** Producto no elaborado que se incorpora en la primera fase del proceso de producción para su posterior transformación. (Vidales, 2003)

- **Mercado:** Es el ambiente social o virtual que propicia las condiciones para el intercambio de bienes y servicios. También puede entenderse como la institución u organización mediante la cual los oferentes (vendedores) y los demandantes (compradores) establecen una relación comercial con el fin de realizar transacciones, acuerdos o intercambios. (Vidales, 2003)

- **Oferta:** Para la economía, la oferta está constituida por el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen en el mercado en un momento determinado y con un precio concreto. (Vidales, 2003)

- **Producción:** Es la creación y el procesamiento de bienes y mercancías. El proceso abarca la concepción, el procesamiento y la financiación, entre otras etapas. La producción es uno de los principales procesos económicos y el medio a través del cual el trabajo humano genera riqueza. (Vidales, 2003)

- **Producto:** Es cualquier objeto que es ofrecido en un mercado con la intención de satisfacer un deseo o una necesidad del consumidor. (Vidales, 2003)

- **Proveedor:** Es la persona o empresa que abastece con algo a otra empresa o a una comunidad. El término procede del verbo proveer, que hace referencia a suministrar lo necesario para un fin. (Vidales, 2003)

- **Proyecto:** Es el conjunto de actividades coordinadas e interrelacionadas que buscan cumplir con un cierto objetivo específico. Este generalmente debe ser alcanzado en un periodo de tiempo previamente definido y respetando un presupuesto. (Vidales, 2003)

- **Rentabilidad:** Beneficio que se obtiene de una Inversión o en la gestión de una Empresa. Es importante señalar que no existe una medida única de Rentabilidad. En la Evaluación de Proyectos de inversión las dos medidas de rentabilidad más importantes son el Valor Presente Neto y la Tasa Interna de Retorno. (Vidales, 2003)

CAPITULO 3

MARCO METODOLÓGICO

3.1 Objetivo de la investigación de mercados

Realizar una investigación de mercado que permita obtener información sobre demanda, oferta, precios, necesidades, tendencias, gustos, preferencias, y la percepción emocional de las personas al momento de requerir un servicio de catering (personalizado) en la ciudad de Guayaquil. Dicho servicio empresarial se caracteriza por la entrega de almuerzos ejecutivos para las empresas y sus empleados.

3.2 Segmentación de mercados

Identificar al mercado meta al cual se pretende llegar con la creación de una empresa dedicada a la entrega de un servicio de catering exclusivo en la ciudad de Guayaquil, dicha empresa se caracteriza por proveer almuerzos ejecutivos para las empresas y sus empleados del sector corporativo, además la oportunidad de poder brindar una alimentación sana y saludable, a continuación se han identificado las siguientes variables:

3.2.1 Variables de Segmentación

3.2.1.1 Segmentación Geográfica

Como parte de la segmentación geográfica se tiene:

- **País:** Ecuador
- **Región:** Costa
- **Provincia:** Guayas
- **Cantón:** Guayas
- **Sector:** Centro y Norte de la ciudad

3.2.1.2 Segmentación Demográfica

Con relación a la segmentación demográfica se ha identificado las siguientes variables:

- **Ingreso:** Todos
- **Edad:** 18 - 50 años
- **Género:** Todos
- **Clase social:** Alta, Media, Baja.
- **Escolaridad:** Todos
- **Ocupación:** Todos
- **Origen étnico:** Todas
- **Religión:** Todas
- **Cultura:** Todas

3.2.1.3 Segmentación Psicológica

Como parte de la segmentación psicológica las variables a emplearse son:

- **Estilo de vida:** Personas que deseen una alimentación sana y saludable

3.2.1.4 Segmentación Conductual

Al mencionar la segmentación conductual para el desarrollo del presente estudio de mercado se ha identificado las siguientes variables:

- **Beneficios deseados:** Entrega de almuerzos ejecutivos para las empresas y sus empleados
- **Tasa de uso:** Diario

3.3 Identificación del Tamaño del Universo

Después de desarrollar la respectiva segmentación se ha identificado que el estudio se centrará en analizar al personal que trabaja en cuatro edificios del centro de Guayaquil a los cuales se les proveerá el servicio.

Tabla N° 1. Identificación del Tamaño del Universo

Edificio	Cantidad de empresas	Promedio de personas	Total
Edificio Vista al Rio	87	15	1305
Edificio Torres del Rio	46	11	506
Edificio Executive Center	93	12	1116
Edificio Professional Center	35	8	280
TOTAL	261		3207

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Datos que se obtuvieron de la investigación preliminar, el universo estará determinado por la cantidad de empresas que hay en los cuatro edificios y el número promedio de personas por cada empresa, obteniendo un total de 3207 personas.

3.4 Cálculo de la Muestra

El tamaño de la muestra se calcula a través de la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N z_{\alpha/2}^2 P(1-P)}{(N-1)e^2 + z_{\alpha/2}^2 P(1-P)}$$

Componentes:

- **Valor de N:** Corresponde al tamaño de la población que en este caso son las personas que trabajan en los edificios seleccionados del centro de Guayaquil.
- **Valor de $Z_{\alpha/2}$:** Representa el número de desviación estándar con respecto a la media para un nivel de confianza determinado. Para este caso se seleccionará un nivel de confianza para el estudio del 95%. De acuerdo a este nivel de confianza el valor de Z será igual a 1.96

- **Valor de P:** Dado que no se tiene la proporción de aceptación de la población o un estudio previo, se asumirá un valor de P de 0,5 con el cual será posible obtener una muestra mayor y por lo tanto un trabajo más representativo.

- **Valor de E:** Representa el error permisible que se considera para el estudio, en este caso se considera aceptable hasta un 5%, con lo cual el valor de E en proporción para este caso es: 0.05.

De esta manera se obtendrá el tamaño de la muestra necesaria para obtener una muestra significativa de la población y poder obtener un estudio con un % de confianza y un posible error porcentual máximo de +/- 5%.

Cálculo del tamaño de muestra:

$$n = \frac{3207(1,96)^2 0.50(1 - 0.50)}{(3206)0,05^2 + 1.96^2(0.50)(1 - 0.50)} \quad n = \quad 343.16 \approx 343 \text{ encuestas.}$$

Después de la aplicación de la muestra se pudo identificar que se aplicarán 343 encuestas a las personas que trabajan en los cuatro edificios seleccionados que se encuentran en el centro de la ciudad de Guayaquil.

3.5 Elaboración de la Encuesta

El diseño de la encuesta se presenta en el anexo 1.

3.6 Levantamiento del informe de la investigación de mercados

Para el levantamiento de información se estableció un diseño de encuesta para los ejecutivos que laboren en edificios corporativos del centro de la ciudad de Guayaquil con el objetivo de obtener información relevante de las necesidades y expectativas de los clientes o potenciales clientes.

Adicionalmente para el levantamiento de información se han considerado los siguientes aspectos:

Tabulación de datos.- Se registrara la información de las encuestas a través de tablas ejemplificados y diseñadas en las hojas de Excel.

Diseño y elaboración de cuadros estadísticos.- En los cuadros se registrará la información de las frecuencias absolutas simples en donde cada ítem deberá estar acorde a la respuesta, estos datos se valorarán en porcentaje con la finalidad de evidenciar la frecuencia de datos.

Presentación de gráficos.- De acuerdo a los gráficos estadísticos se realizará las representaciones gráficas, dentro de las cuales se especificarán los porcentajes e ítems.

Análisis de datos.- Es describir, interpretar y discutir los datos numéricos o gráficos, se hará en base a los cuadros estadísticos resultantes del procesamiento de datos.

CAPITULO 4

ANÁLISIS Y RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 Explicación y análisis de los resultados

A continuación se muestran los resultados obtenidos de la encuesta:

DATOS INFORMATIVOS

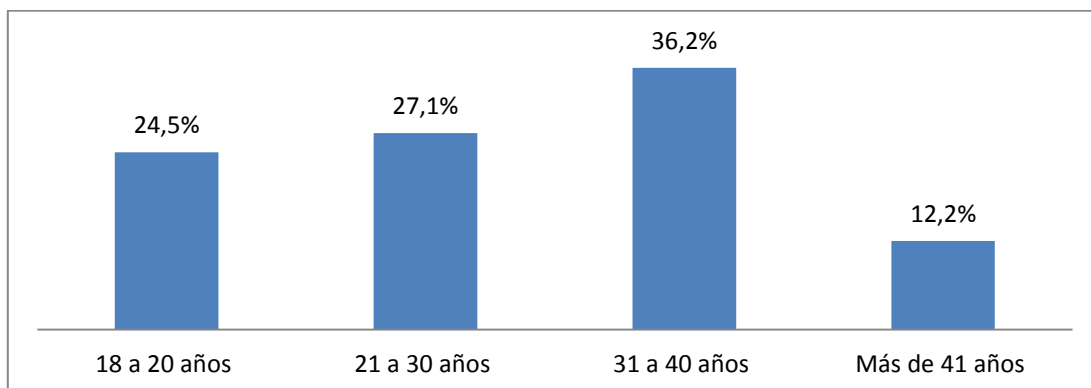
Edad

Tabla N° 2. Edad

	Frecuencia	Porcentaje	Acumulado
18 a 20 años	84	24,5%	24,5%
21 a 30 años	93	27,1%	52%
31 a 40 años	124	36,2%	88%
Más de 41 años	42	12,2%	100%
Total	343	100%	

Fuente: Encuesta
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 2. Edad



Fuente: Encuesta
Elaborado por: La Autora

Análisis

Después de la aplicación de la encuesta se pudo identificar que el 36.2% de los encuestados corresponde al rango de edad de 31- 40 años, mientras que el 27.1% es parte del rango de edad de 21 a 30 años. Por lo tanto se concluye que el 63% son personas que poseen un criterio formado y toman decisiones en función de sus necesidades y expectativas de servicio.

Género

Tabla N° 3. Género

	Frecuencia	Porcentaje	Acumulado
Masculino	133	38,8%	38,8%
Femenino	210	61,2%	100%
Total	343	100%	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 3. Género



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Análisis

Así mismo se pudo identificar que el 61,2% de los encuestados corresponden al género femenino, mientras que el 38,8% restante es parte del género masculino.

Preguntas Generales

1. ¿Qué opina usted sobre los recursos alimenticios del Ecuador?

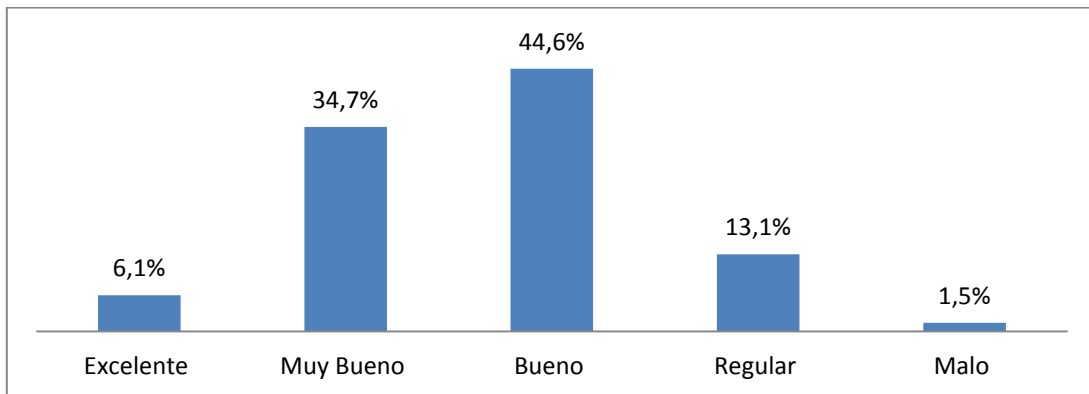
Tabla N° 4. Opinión de los recursos alimenticios

	Frecuencia	Porcentaje	Acumulado
Excelente	21	6,1%	6,1%
Muy Bueno	119	34,7%	41%
Bueno	153	44,6%	85%
Regular	45	13,1%	99%
Malo	5	1,5%	100%
Total	343	100%	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 4. Opinión de los recursos alimenticios



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Análisis

También se puede mencionar que la opinión de los recursos alimenticios en el Ecuador es Bueno en un 44.6%, el 34.7% muy Bueno, el 13.1% regular, el 6.1% excelente y el 1.5% Malo. Con estos datos es evidente que los recursos alimenticios carecen de políticas y marcos regulatorios que les permitan ofrecer un servicio de calidad que cumpla con las necesidades del consumidor.

2. ¿Se encuentra usted satisfecho con las opciones de alimentación y precios de este servicio en el sector?

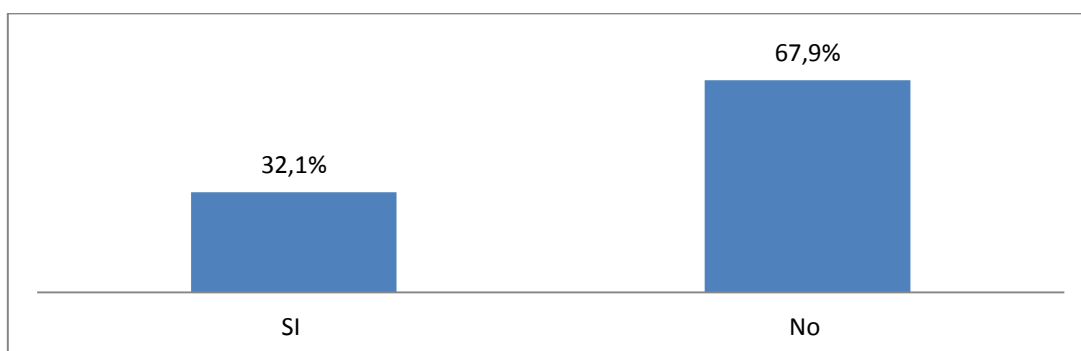
Tabla N° 5. Satisfacción con las opciones alimentarias

	Frecuencia	Porcentaje	Acumulado
SI	110	32,1%	32,1%
No	233	67,9%	100%
Total	343	100%	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 5. Satisfacción con las opciones alimentarias



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Análisis

Los encuestados mencionaban que no se encuentran satisfechos con los opciones de alimentación y precios de este servicio en el sector en un 67.9% y el 32.1% que está conforme con este servicio.

Datos que evidencian que existe una necesidad que puede ser considerada como una oportunidad empresarial a través de estrategias y propuestas innovadoras que permitan el crecimiento de la idea de negocio y sea un referente para otras empresas del sector.

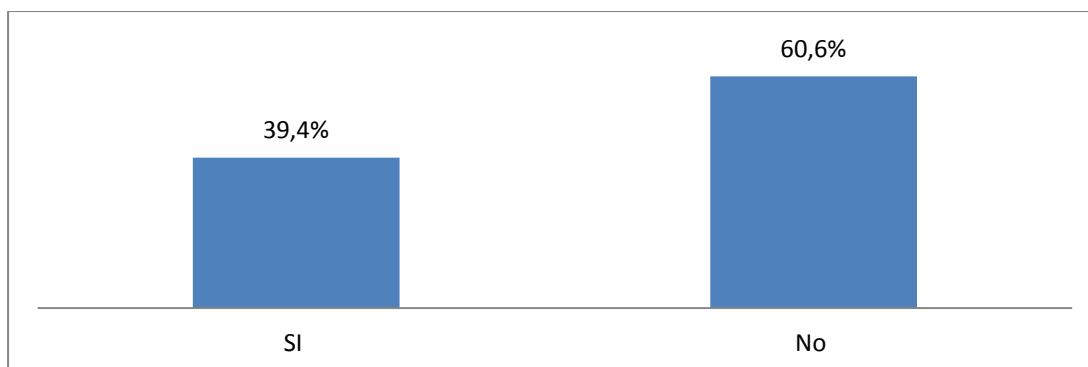
3. ¿Ha oído usted hablar del servicio de Catering express, a domicilio o alimentación industrial?

Tabla N° 6. Servicio de Catering

	Frecuencia	Porcentaje	Acumulado
SI	135	39,4%	39,4%
No	208	60,6%	100%
Total	343	100%	

Fuente: Encuesta
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 6. Servicio de Catering



Fuente: Encuesta
Elaborado por: La Autora

Análisis

Con los datos encuestados se conoció que un 60.6% no ha escuchado hablar del servicio de catering express y un 39.4% si lo ha escuchado. Por lo tanto un alto porcentaje desconoce de este servicio, siendo necesario utilizar estrategias de marketing que den a conocer los beneficios y atributos del servicio que pueden adaptarse a las necesidades y expectativas de los clientes ya sean personas naturales o jurídicas.

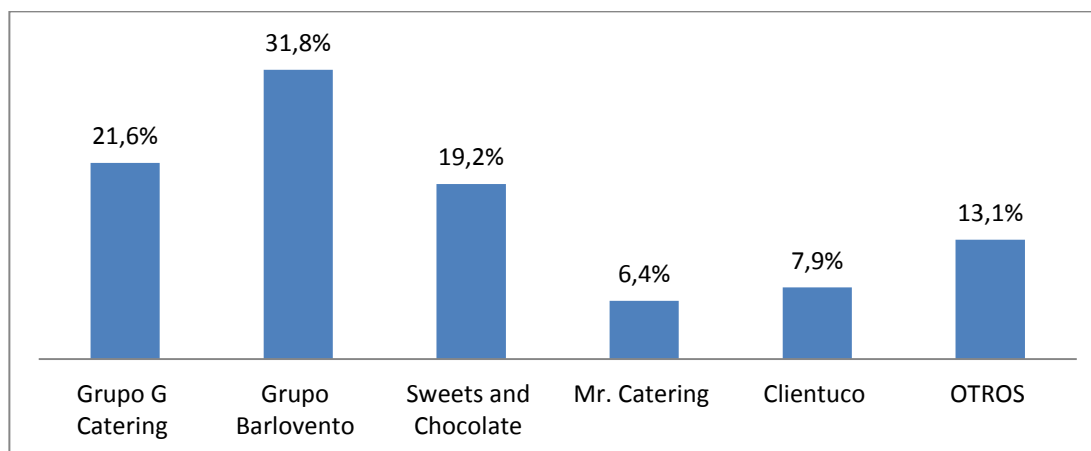
4. ¿Si su respuesta es sí puede mencionar el nombre de 3 empresas dedicadas a esta actividad?

Tabla N° 7. Nombres de empresas dedicadas a la misma actividad

	Frecuencia	Porcentaje	Acumulado
Grupo G Catering	74	21,6%	21,6%
Grupo Barlovento	109	31,8%	53%
Sweets and Chocolate	66	19,2%	73%
Mr. Catering	22	6,4%	79%
Clientuco	27	7,9%	87%
OTROS	45	13,1%	100%
Total	343	100%	

Fuente: Encuesta
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 7. Nombres de empresas dedicadas a la misma actividad



Fuente: Encuesta
Elaborado por: La Autora

Análisis

Los encuestados mencionaron algunas empresas que ofrecen este servicio de catering dentro de las cuales se encuentran Grupo Barlovento con el 31.8%, el 21.6% Grupo G Catering, el 19.2% Sweet and Chocolate, el 13.1% Otros, dentro de

los cuales se encuentran (Tradiciones D’Catering, Catering Delivery Arte,) el 7.9% Clientuco y el Mr. Catering con el 6.4%.

En el mercado existe alta competencia ya que estas empresas ofrecen una amplia diversidad de servicios que están relacionados a los eventos con un plus agregado, siendo una alternativa innovadora que tiene una alta demanda; por ende es indispensable que la empresa cree estrategias diferenciadoras para aminorar el impacto de la competencia a través de la implementación de servicios adicionales.

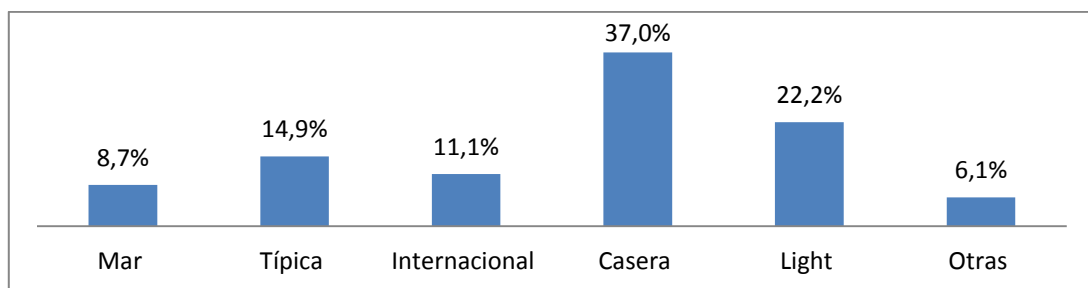
5. ¿Qué tipo de comida le gustaría que oferte una empresa que preste este tipo de servicio?

Tabla N° 8. Tipos de Comida

	Frecuencia	Porcentaje	Acumulado
Mar	30	8,7%	8,7%
Típica	51	14,9%	24%
Internacional	38	11,1%	35%
Casera	127	37,0%	72%
Light	76	22,2%	94%
Otras	21	6,1%	100%
Total	343	100%	

Fuente: Encuesta
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 8. Tipo de Comida



Fuente: Encuesta
Elaborado por: La Autora

Análisis

Los datos encuestados mencionaban que a los ejecutivos les gustaría que el servicio de Catering se enfoque en alternativas innovadoras como son la comidas caseras en un 37.0%, comida ligth el 22.2%, comida típica el 14.9% y comida del mar el 8.7%, Otras (Gourmet, Platos a la Carta, Sushi, comidas rápidas).

Un alto porcentaje de encuestados mencionaba que desearían que el servicio brinde alternativas de comida casera del Ecuador porque sentirían como si estuvieran comiendo en casa además para preservar nuestras raíces y cultura gastronómica y como segunda opción esta la comida de dieta para poder conservar la figura.

6. **¿Contrataría usted o le gustaría que su empresa contrate el servicio de alimentación a domicilio, en el trabajo con platos variados y de calidad?**

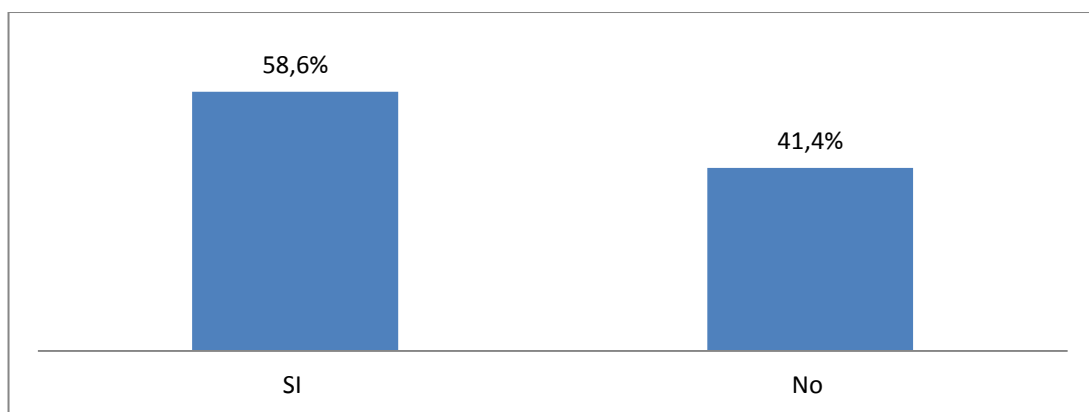
Tabla N° 9. Contratación del servicio de catering

	Frecuencia	Porcentaje	Acumulado
SI	201	58,6%	58,6%
No	142	41,4%	100%
Total	343	100%	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 9. Contratación del servicio de catering



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Análisis

Los encuestados mencionaban que sí contratarían el servicio de catering en un 58.6% y el 41.4% No lo harían.

Un alto porcentaje mencionó que sí adquiriría el servicio pero depende de la calidad del servicio, productos y profesionales quienes se encargarán de desarrollar y elaborar las exigencias del cliente; también acotaron que el precio puede ser un referente para la toma de decisiones en cuanto a la adquisición del servicio, por lo cual es indispensable que el enfoque empresarial esté relacionado a la eficiencia y eficacia del servicio.

7. ¿Con que frecuencia contrataría usted el servicio de alimentación que se está ofertando?

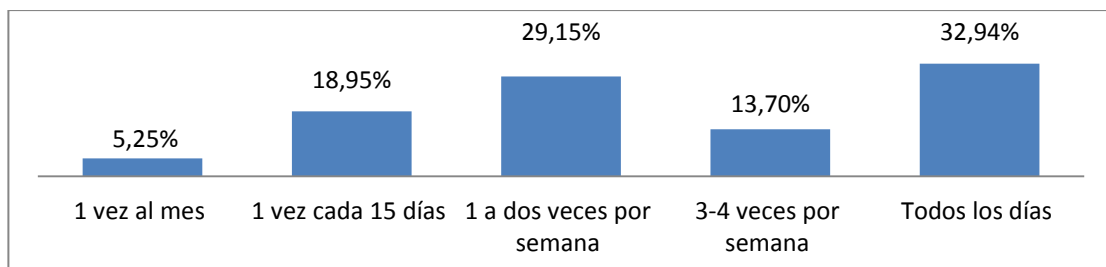
Tabla N° 10. Frecuencia de contratación del servicio

	Frecuencia	Porcentaje	Acumulado
1 vez al mes	18	5,25%	5,25%
1 vez cada 15 días	65	18,95%	24,20%
1 a dos veces por semana	100	29,15%	53,35%
3-4 veces por semana	47	13,70%	67%
Todos los días	113	32,94%	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 10. Frecuencia de contratación del servicio



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Análisis

Los encuestados mencionaban que la frecuencia de contratación del servicio lo harían diariamente en un 32.94%, el 29.15% 1 a dos veces por semana, el 18.95% 1 vez cada 15 días, el 13.70% de 3 a 4 veces por semana.

Como se puede evidenciar en la gráfica, un alto porcentaje consumiría el servicio diariamente ya que está destinado para brindar alimentación a los ejecutivos que trabajan los veintidós días laborales que contiene el mes.

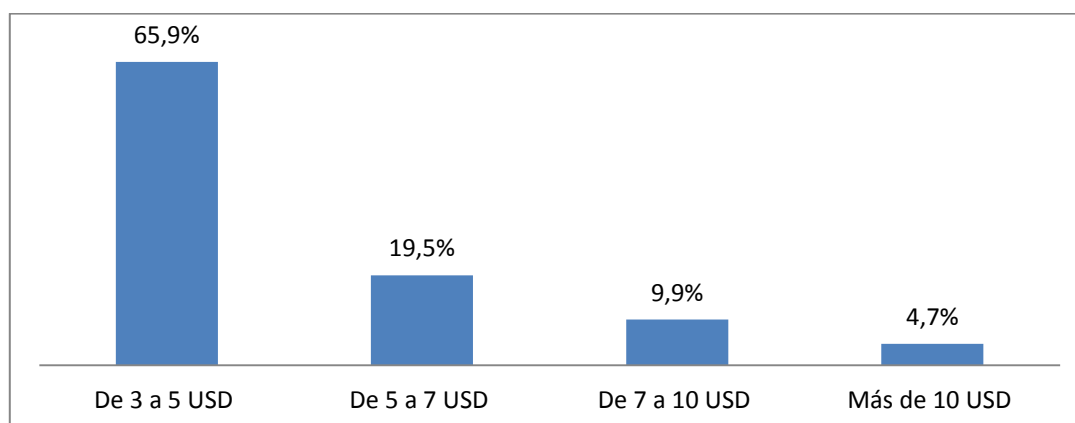
8. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por un servicio de esta clase diariamente?

Tabla N° 11. Disponibilidad a pagar

	Frecuencia	Porcentaje	Acumulado
De 3 a 5 USD	226	65,9%	65,9%
De 5 a 7 USD	67	19,5%	85%
De 7 a 10 USD	34	9,9%	95%
Más de 10 USD	16	4,7%	100%
Total	343	100%	

Fuente: Encuesta
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 11. Disponibilidad a Pagar



Fuente: Encuesta
Elaborado por: La Autora

Análisis

Las encuestas demuestran que la mayor parte de los ejecutivos mencionaron que estarían dispuestos a pagar de 3 a 5 dólares con un alto porcentaje del 65.9%, el 19.5% de 5 a 7 dólares y el 9.9% de 7 a 10 dólares, y más de 10 dólares el 4.7%.

De acuerdo a los datos se puede mencionar que los precios oscilan entre 3 a 5 dólares un valor promedio para el servicio, pero es necesario considerar y enfocar alternativas que estén relacionadas al precio que estarían dispuestos a pagar.

9. En la escala del 1 al 5 siendo 1 el más alto identifique las características diferenciadoras que sean de importancia para usted al momento de elegir un producto o servicio.

Tabla N° 12. Características diferenciadoras

	Promedio
Calidad	2,1
Puntualidad	4,2
Servicio Personalizado	4,8
Valor nutricional	1
Presentación de los alimentos	1,5
Sabor	1,3
Total	14,9

Fuente: Encuesta
Elaborado por: La Autora

Análisis

Dentro de las características que son importantes para los ejecutivos en primer lugar esta su valor nutricional, en segundo lugar está el sabor y en tercer lugar la presentación de alimentos, calidad, puntualidad y servicio personalizado.

Las características diferenciadoras de este servicio son la imagen de la empresa por lo tanto es necesario ser eficientes en todo momento para ofrecer un servicio de calidad que se adapte a las necesidades y exigencias del cliente.

10. ¿Le gustaría que se brinde un servicio adicional con lo antes mencionado?

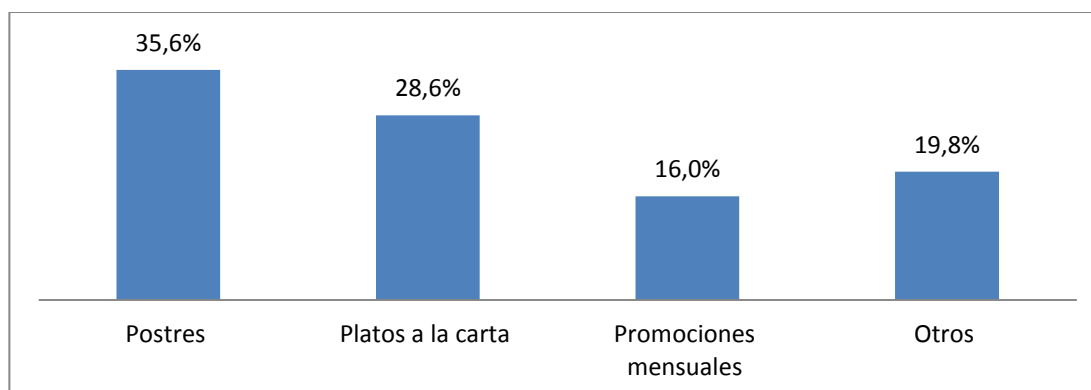
Tabla N° 13. Servicio Adicional

	Frecuencia	Porcentaje	Acumulado
Postres	122	35,6%	35,6%
Platos a la carta	98	28,6%	64%
Promociones mensuales	55	16,0%	80%
Otros	68	19,8%	100%
Total	343	100%	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 12. Servicio Adicional



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Análisis

Los encuestados mencionan que les gustaría que existan servicios adicionales como postres en un 35.6%, el 28.6% platos a la carta y el 19.8% Otros (Pastelería, Chocolatería, Founde, arreglos frutales) y el 16% promociones mensuales.

El servicio adicional permite cubrir las necesidades de los clientes siendo una alternativa para vender servicios complementarios a través de productos que se

requieren en fiestas, eventos, presentaciones empresariales y que usualmente requieren de otras empresas para cubrir esa necesidad.

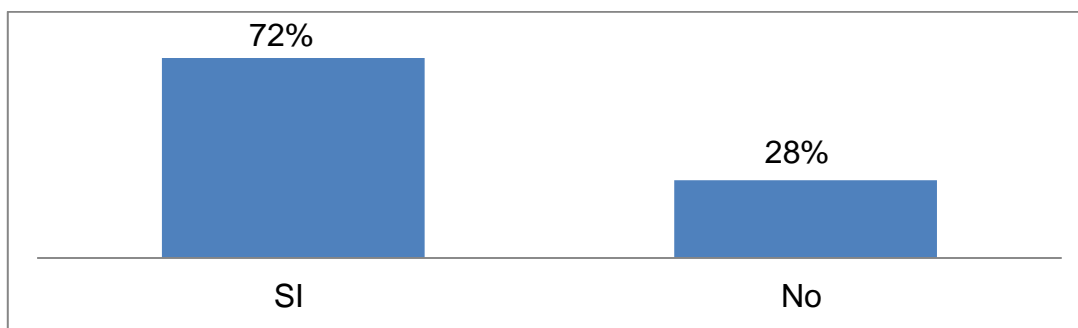
11. ¿Le gustaría que la empresa diseñe paquetes especiales que le permitan escoger los servicios de acuerdo a sus necesidades mensualmente?

Tabla N° 14. Diseño de paquetes especiales

	Frecuencia	Porcentaje	Acumulado
SI	247	72%	72%
No	96	28%	100%
Total	343	100%	

Fuente: Encuesta
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 13. Diseño de paquetes especiales



Fuente: Encuesta
Elaborado por: La Autora

Análisis

Los datos encuestados determinaron que a un 72% le gustaría que la empresa diseñe paquetes especiales mensualmente, el 28% No.

Un alto porcentaje de encuestados consideran que sería necesario que los paquetes especiales se diseñen semanalmente con la finalidad de que se adapten a

los requerimientos de los clientes, dando un servicio personalizado y con valor agregado.

12. ¿Cuál sería la manera más factible de contratar nuestros servicios y tomar su orden?

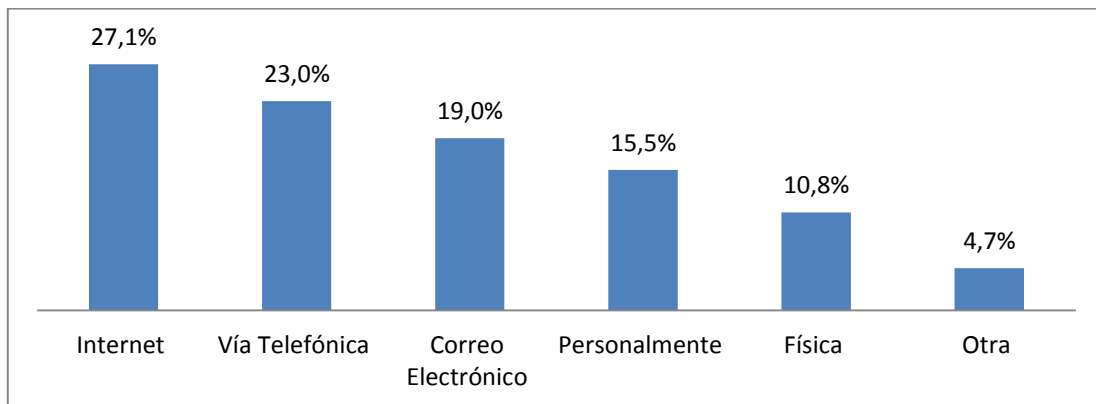
Tabla N° 15. Factibilidad de contratación del servicio

	Frecuencia	Porcentaje	Acumulado
Internet	93	27,1%	27,1%
Vía Telefónica	79	23,0%	50%
Correo Electrónico	65	19,0%	69%
Personalmente	53	15,5%	85%
Física	37	10,8%	95%
Otra	16	4,7%	100%
Total	343	100%	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 14. Factibilidad de contratación del servicio



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Análisis

Los encuestados mencionaron que la manera más factible para contratar los servicios y tomar las órdenes es vía internet con el 27.10%, el 23% mediante correo

electrónico, el 19% vía telefónica, el 15.5% personalmente, el 10.8% físicamente y el 4.7% Otros (Catálogo, revistas especializadas, folletos).

La rapidez de un servicio depende de la diversificación y opciones que la empresa brinde a sus clientes puesto que la accesibilidad de pedido y de servicio puede marcar la diferencia con la competencia.

13. ¿Le gustaría estar constantemente informado acerca de los nuevos productos de la empresa, precios, promociones, etc.?

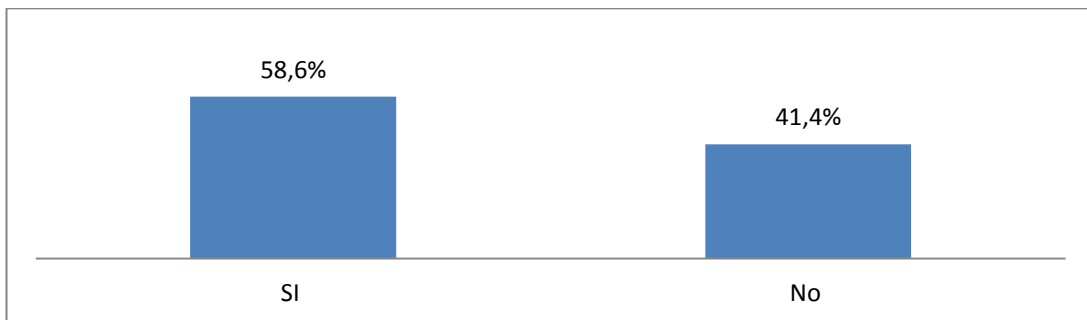
Tabla N° 16. Información de nuevos productos

	Frecuencia	Porcentaje	Acumulado
SI	201	58,6%	58,6%
No	142	41,4%	100%
Total	343	100%	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 15. Información de nuevos productos



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Análisis

Los encuestados mencionaban que si les gustaría estar informados acerca de los nuevos productos en un 58.6% y el 41.4% no.

Como se puede evidenciar en el gráfico existe un alto porcentaje que está dispuesto a recibir información de la empresa, es por esta razón que es necesario diversificar los servicios y productos para incentivar en la compra.

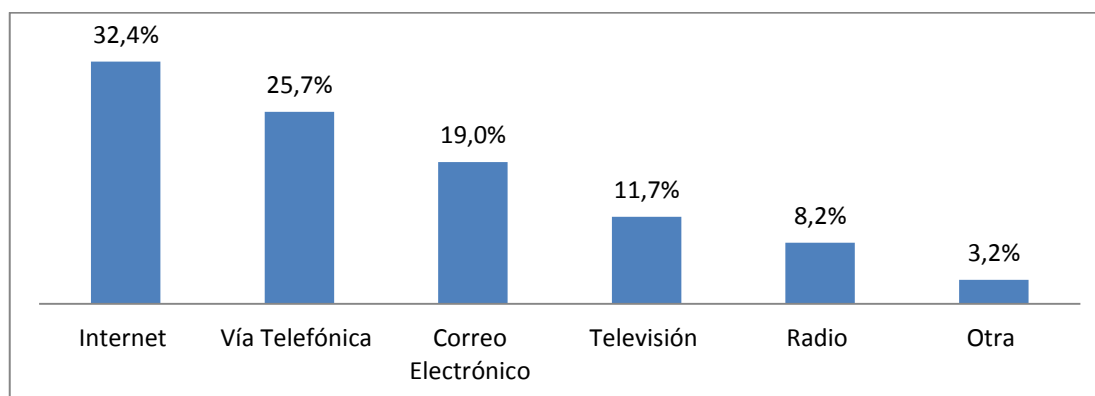
14. ¿Por medio de que modalidad le gustaría que llegue a usted esta información?

Tabla N° 17. Medios de información

	Frecuencia	Porcentaje	Acumulado
Internet	111	32,4%	32,4%
Vía Telefónica	88	25,7%	58%
Correo Electrónico	65	19,0%	77%
Televisión	40	11,7%	89%
Radio	28	8,2%	97%
Otra	11	3,2%	100%
Total	343	100%	

Fuente: Encuesta
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 16. Medios de información



Fuente: Encuesta
Elaborado por: La Autora

Análisis

Los encuestados mencionaban que les gustaría que los medios de información de los servicios, beneficios, promociones, sean a través del internet en un 32.4%, vía telefónica en un 25.7%, correo electrónico 19%, televisión 11.7%,

Radio 8.2% y Otros (Vallas publicitarias, folletos, revistas especiadas, ferias) con 3.2%.

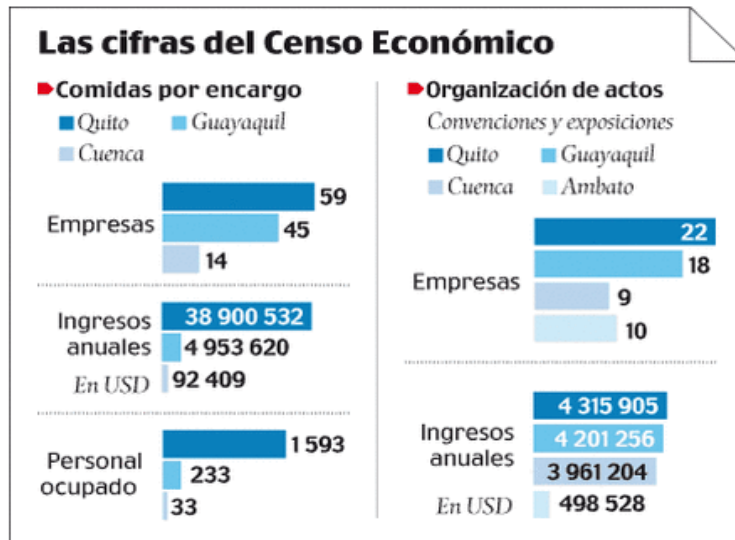
Como se puede visualizar los encuestados mencionaron que el medio de información de mayor impacto es a través del internet, ya que permite llegar a diferentes segmentos de mercado, convirtiéndose en una alternativa rápida y eficiente, fácil y cómoda para las personas que no disponen de tiempo mientras que los medios tradicionales son herramientas que dan a conocer los beneficios de la empresa a través de la publicidad visual.

4.2 Identificación de oferta y demanda

4.2.1 Cálculo de oferta

Las empresas de catering en Guayaquil son pocas dentro de las cuales se encuentran D' Catering, Catering Delivery, Grupo Barlovento, Mr. Catering, Clientuco entre otras, como se puede visualizar en el Grafico solo existe 45 empresas que se dedica al servicio de Catering en Guayaquil.

Gráfico N° 17. Cifras del Censo Económico



Fuente: El Comercio

D´Catering.- Empresa ecuatoriana que tiene experiencia en la organización de eventos sociales y empresariales que brinda servicios impecables con la finalidad de satisfacer a todos los clientes logrando relaciones comerciales duraderas basadas en la confianza y profesionalismo.

Catering Delivery.- Es una empresa que tiene 16 años en el mercado y brinda servicio de eventos, alimentación, bufetes, banquetes, servicio de catering empresarial y agasajos empresariales ya sea para empresas privadas y públicas.

Mr. Catering.- Ofrece eventos sociales y corporativos que cuentan con asesoramiento personalizado que se acopla a las necesidades de los clientes, adicionalmente cuentan con el servicio de catering de comida ecuatoriana, francesa, española, italiana, mexicana, argentina parrilla, y gourmet.

Clienturo.- Brinda un servicio complementario para empresas e industrias en cualquier punto del país, ofrecen desayunos, refrigerios, almuerzos, meriendas, cenas, eventos para los 365 días, son especialistas en la preparación de comida nacional e internacional ya que cuentan con profesionales altamente calificados.

Cabe mencionar que existen empresas que se dedican a la planificación de eventos sociales, eventos empresariales, convenciones que se han diversificado y que ahora ofrecen nuevas alternativas de servicio dentro de las cuales se encuentra el Catering.

Empresas que ofrecen este servicio en Guayaquil son:

- **Pro Eventos.-** Realizan todo tipo de eventos, audio, catering, iluminación, decoración, con personal calificado brindado shows y eventos de calidad.
- **Glamour en Jspeventos Multiservicios.-** Empresa que se dedica a la elaboración de eventos sociales como bodas, 15 años, bautizos, graduaciones, primera comunión, fiestas infantiles, catering, eventos empresariales etc, acorde a las necesidades de los clientes.
- **Eventos Gourment.-** Se dedica al asesoramiento para matrimonios, quinceañeras, aniversarios, bautizos, despedida de soltera, primera comunión, fiestas infantiles, coffee break para empresas.

- **Moka Eventos.-** Organiza eventos sociales, empresariales, etc. Adicionalmente cuenta con catering, bocaditos, decoración, hora loca, grupos musicales que trabajan con personal especializado.

Sin lugar a dudas por ser un servicio express y a domicilio, hay que considerar a otras empresas que se dedican a este sector. Dentro de las que se puede mencionar están:

Comidas a domicilio

- 1) Papa Johns
- 2) Burger King
- 3) Puerto Moro
- 4) El español
- 5) KFC
- 6) Pollos Gus

Se ha considerado a este servicio como competencia indirecta ya que puede afectar en la toma de decisiones del cliente, por ubicación, accesibilidad, servicio, variedad de productos.

4.2.2 Cálculo de la demanda

(Ávila, 2003, pág. 45) menciona que:

“La demanda expresa las actitudes y preferencias de los consumidores por un artículo, mercancía o servicio. Es decir, la demanda de una mercancía del bien es la cantidad de ella que el individuo estaría dispuesto a comprar en un momento dado, a los diversos precios posibles”

Con la investigación realizada se determinó que la población de estudio es de 343, de esta población el 58.6 % está dispuesto a utilizar los servicios de catering.

Para el cálculo del promedio se ha considerado la frecuencia de uso de este servicio, datos que fueron tomados de la encuesta.

Tabla N° 18. Frecuencia de uso de los servicios de catering

	Frecuencia	Porcentaje	Acumulado	No. veces al año	Ponderado
1 vez al mes	18	5,25%	5,25%	22	1,15
1 vez cada 15 días	65	18,95%	24,20%	2	0,38
1 a dos veces por semana	100	29,15%	53,35%	6	1,75
3-4 veces por semana	47	13,70%	67,05%	14	1,92
Todos los días	113	32,94%	100%	1	0,33
Total	343	100%			5,53

Elaborado por: La Autora

Para el cálculo de la demanda se consideró los siguientes aspectos:

Tabla N° 19. Cálculo de la demanda

Población	3207
(*) Frecuencia	5,53
(/) Aceptación del consumo del grupo poblacional	58,60%
Demanda (personas por día)	10.392

Elaborado por: La Autora

La demanda del servicio de catering es de 10.392 personas como potenciales consumidores diarios del servicio. Para la proyección de la demanda se utilizará la tasa de crecimiento empresarial de Guayaquil de 11.12% de acuerdo a la Superintendencia de Compañías (2012).

La proyección de la demanda es la siguiente:

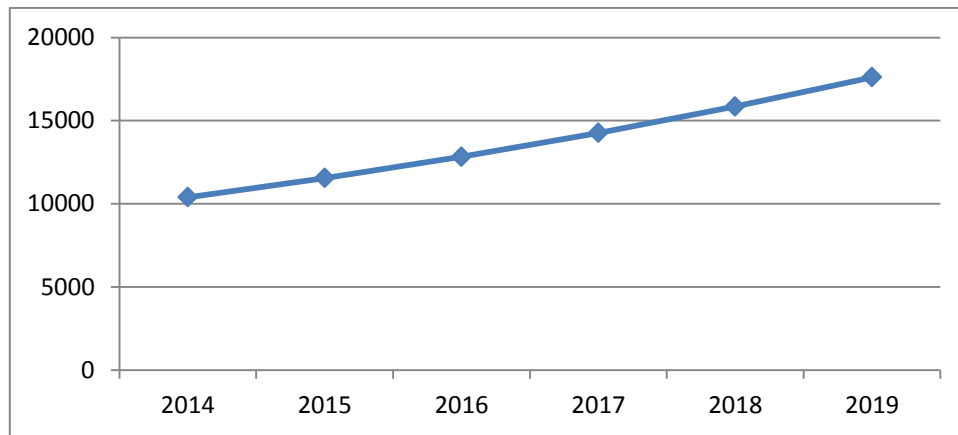
Tabla N° 20. Proyección de la demanda

Año	Demanda Proyectada
2014	10393
2015	11549
2016	12833
2017	14260
2018	15846
2019	17608

Elaborado por: La Autora

La proyección de la demanda en función a la tasa de crecimiento empresarial se la realiza para 5 años con lo cual se evidencia que tiene un crecimiento lineal.

Gráfico N° 18. Proyección de la demanda



Elaborado por: La Autora

De esta manera, se concluye que existe una demanda de 10.393 personas que potencialmente podrían consumir a diario, lo cual está basado en un total de 261 empresas, es una demanda bastante alta en relación a la capacidad que puede cubrir la empresa actualmente, de lo cual solamente se abarcará un pequeño porcentaje (identificado en el estudio financiero), de acuerdo a la capacidad de inversión que se tendrá y de ello el tamaño de la empresa.

CAPÍTULO 5

PROPUESTA DE CREACIÓN DE LA EMPRESA

5.1 ESTUDIO ADMINISTRATIVO

5.1.1 Objetivo del Capítulo

Definir cada uno de los requerimientos de tipo administrativo adecuados que permitan poder implementar una empresa de servicio de catering (personalizado) en la ciudad de Guayaquil.

5.1.2 La Empresa

5.1.2.1 Nombre o Razón Social

Catering El buen Sabor

5.1.2.2 Tipo de Empresa

La empresa cuya actividad comercial será la de producir y comercializar un servicio de catering (personalizado) en la ciudad de Guayaquil, el cual se caracteriza por la entrega de almuerzos ejecutivos para las empresas y sus empleados, además la oportunidad de poder brindar una alimentación sana y saludable, se identificará como una entidad de tipo económico de derecho con la finalidad de obtener utilidades, por lo cual será reconocida ante la ley como una Compañía de Responsabilidad Limitada.

5.1.2.3 Requisitos

De acuerdo con la Superintendencia de Compañías los requisitos que se deben tomar en cuenta al formar una compañía son:

El nombre.- Esta especie de compañías puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía. Deberá ser aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías, o por la

Secretaría General de la Intendencia de Compañías de Guayaquil, o por el funcionario que para el efecto fuere designado en las intendencias de compañías de Cuenca, Ambato, Machala y Portoviejo (Art. 92 de la Ley de Compañías y Resolución N°. 01. Q.DSC.007 (R.O. 364 de 9 de julio del 2001) y su reforma constante en la Resolución No. 02.Q.DSC.006 (R.O. 566 de 30 de abril del 2002).

Solicitud de aprobación.- La presentación al Superintendente de Compañías o a su delegado de tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía a las que se adjuntará la solicitud suscrita por abogado, requiriendo la aprobación del contrato constitutivo (Art. 136 de la Ley de Compañías).

Socios.- Capacidad: Se requiere capacidad civil para contratar, no podrán hacerlo entre padres e hijos no emancipados ni entre cónyuges. (Art. 99 de la ley de Compañías).

Número mínimo y máximo de socios.- La compañía se constituirá con 3 socios, como mínimo, según el primer inciso del Artículo 92 de la Ley de Compañías, reformado por el Artículo 68 de la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada, publicada en el Registro Oficial No. 196 de 26 de enero del 2006, o con un máximo de quince, y si durante su existencia jurídica llegare a exceder este número deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse (Art. 95 de la Ley de Compañías).

Capital mínimo.- El capital mínimo con que ha de constituirse la compañía es de cuatrocientos dólares de los Estados Unidos de América. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 50% del valor nominal de cada participación. Las aportaciones pueden consistir en numerario (dinero) o en especies (bienes) muebles o inmuebles e intangibles, o incluso, en dinero y especies a la vez. En cualquier caso las especies deben corresponder a la actividad o actividades que integren el objeto de la compañía (Arts. 102 y 104 de la Ley de Compañías). Si como especie inmueble se aportare a la constitución de una compañía un piso, departamento o local sujeto al régimen de propiedad horizontal será necesario que se inserte en la escritura respectiva copia auténtica tanto de la correspondiente declaración municipal de propiedad horizontal cuanto del

reglamento de copropiedad del inmueble al que perteneciese el departamento o local sometido a ese régimen. Tal dispone el Art. 19 de la Ley de Propiedad Horizontal. Asimismo, para que pueda realizarse la transferencia de dominio, vía aporte, de un piso, departamento o local, será requisito indispensable que el respectivo propietario pruebe estar al día en el pago de las expensas o cuotas de administración, conservación y reparación, así como el seguro. Al efecto, el notario autorizante exigirá como documento habilitante la certificación otorgada por el administrador, sin la cual no podrá celebrarse ninguna escritura. Así prescribe el Art. 9 del Reglamento a la Ley de Propiedad Horizontal (R.O. 159 de 9 de febrero de 1961).

Participaciones.- Comprenden los aportes del capital, son iguales, acumulativas e indivisibles. La compañía entregará a cada socio un certificado de aportación en el que consta, necesariamente, su carácter de no negociable y el número de las participaciones que por su aporte le corresponde.

El objeto social: La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitida por la Ley, excepción, hecha de operaciones de banco, seguros, capitalización de ahorro. (Artículo 94 de la Ley de Compañías).

Informe previo a:

- **Cámara de Industriales o de la Pequeña Industria.-** Si la compañía va a dedicarse a cualquier actividad industrial es necesario que se obtenga la afiliación a la Cámara de Industrias respectiva o a la Cámara de la Pequeña Industria que corresponda, en observancia de lo dispuesto en el Art. 7 del Decreto No. 1531, publicado en el R.O. 18 de 25 de septiembre de 1968 o en el Art. 5 de la Ley de Fomento de la Pequeña Industria y Artesanía, publicada en el R.O. 878 de 29 de agosto de 1975 y reformada mediante Ley promulgada en el R.O. 200 de 30 de mayo de 1989.

- **Cámara de Comercio.**- En caso de que la compañía vaya a dedicarse a cualquier género de comercio es indispensable obtener la afiliación a la respectiva Cámara de comercio, según prescribe el Art. 13 de la Ley de Cámaras de Comercio.

5.1.2.4 Procedimientos de constitución

- Reserva del nombre, presentando hasta cinco alternativas. Aprobación por parte de la Superintendencia de Compañías.
- Apertura de la “Cuenta de Integración del Capital” y depósito correspondiente del 50% del capital mínimo requerido, en cualquier institución bancaria.
- Elaboración de minuta de constitución de la empresa, escrita por el Abogado.
- Elevar a Escritura Pública el documento.
- Aprobación de la Escritura Pública en la Superintendencia de Compañías.
- Publicación del extracto de la resolución.
- Se margina la resolución aprobatoria en la Notaría.
- Inscripción de la Escritura en el Registro Mercantil.
- Emisión de la carta al banco para devolución del dinero de la cuenta de integración del capital.

5.1.2.5 Procedimiento de funcionamiento

Los permisos que generalmente la ley establece para iniciar las funciones en un negocio de este tipo son los enumerados a continuación:

- Solicitud para permiso de funcionamiento.
- Planilla de inspección.

- Permiso de funcionamiento original
- Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del Ministerio de Salud (el certificado de salud tiene validez por 1 año desde su emisión)
- Copias del permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.
- Permiso de uso de suelo
- Permiso de rotulación y publicidad

5.1.2.6 Procedimientos tributarios

- Declaración del Impuesto a la Renta (IR) (23%)
- Declaración de IVA

Para cumplir con los procedimientos y trámites expuestos de la constitución y el funcionamiento de la compañía, es necesario presentar cierta documentación en los respectivos órganos de administración encargados.

Según la superintendencia de compañías menciona que los requisitos para el registro mercantil son:

5.1.2.7 Requisitos para el Registro Mercantil

Para que una empresa sea inscrita en el Registro Mercantil, debe presentar:

- Escritura de constitución de la empresa (mínimo tres copias)
- Pago de patente Municipal
- Exoneración del impuesto del 1 por mil de activos.
- Publicación en la prensa del extracto de la escritura de constitución

Según el Servicio de Rentas Internas el Ecuador (2013) menciona que los requisitos para la obtención del RUC son:

5.1.2.8 Requisitos para obtener el RUC

- Copia de cédula de identidad del representante legal.
- Original del certificado de votación.
- Copia certificada del nombramiento del representante legal, inscrito en el Registro Mercantil.
- Copia de planilla de agua, luz o teléfono, de los últimos tres meses anteriores a la fecha de registro.
- Comprobante de pago del impuesto predial, puede corresponder al año actual o del año anterior.
- Copia certificada de la escritura pública de constitución de la compañía inscrita en el Registro Mercantil.
- Carta de autorización firmada por el representante legal.
- Llenar el formulario RUC 01 A y RUC 01 B, y adjuntar firma del representante legal.
- Copia del contrato de arrendamiento legalizado o sellado del Juzgado de Inquilinato vigente a la fecha de inscripción (Servicio de Rentas internas, 2012).

Según el Municipio de Guayaquil, menciona que los requisitos para obtener la patente son:

5.1.2.9 Requisitos para obtener la Patente Municipal

- Formulario de declaración del impuesto de patentes, original y copia.
- Escritura de Constitución de la compañía original y copia.
- Original y copia de la Superintendencia de Compañías.
- Copia del RUC.

- Copia de cédula de identidad del Representante Legal.
- Certificado de los Bomberos.
- Tasa de trámite para Patente (Municipio de Guayaquil, 2012).

5.1.2.10 Requisitos para el Servicio del Cuerpo de Bomberos

- Llenar un formulario y entregar a los bomberos.
- Conducir a los inspectores al local del negocio para la verificación.
- Presentar la Patente y el RUC.

5.1.2.11 Requisitos para obtener la Tasa de Habilitación

- Llenar el formulario para la habilitación de locales comerciales, industriales y de servicios.
- Copia de cédula de ciudadanía y certificado de votación del representante legal.
- Copia del RUC.
- Copia de la patente del año a tramitar.
- Copia de predios urbanos o código catastral del lugar donde está ubicado el negocio.
- De no tener código catastral, traer la tasa de trámite de legalización del terreno.
- En caso de ser compañía, agregar el nombramiento del representante legal y la copia del mismo.
- Copia y original del certificado de seguridad del cuerpo de bomberos.
- Carta de autorización para la persona que realice el trámite.

- Croquis detallado donde está ubicado el negocio.
- Informe de control sanitario sobre cumplimiento de requisitos para la actividad. (Municipio de Guayaquil, 2012).

5.1.2.12 Requisitos para obtener la Licencia Anual de Funcionamiento

- Copia de Patente Municipal.
- Formulario de solicitud de autorización de funcionamiento (LUAF), firmado por el representante legal (Reverso).
- Copia del RUC (Municipio de Guayaquil, 2012).

Importante:

- El pago por registro definitivo se lo realiza una sola vez durante el ejercicio de la actividad económica.
- La Licencia Única Anual de Funcionamiento (LUAF), debe ser renovada anualmente, con un plazo máximo del 31 de marzo del año siguiente, caso contrario el establecimiento se sujetará a las sanciones respectivas.
- Las actividades de agencias de viaje, transporte turístico y establecimientos que se encuentren en centros comerciales, no requieren del informe de compatibilidad de uso del suelo. (Municipio de Guayaquil, 2012).

5.1.2.13 Certificado de compatibilidad de uso del suelo y zonificación

Presentar en la Administración Zonal respectiva lo siguiente:

- Solicitud en papel simple con los timbres respectivos detallando: tipo, nombre o razón social, ubicación del establecimiento y actividad.
- Informe de regulación metropolitana (I.R.M). original y copia.

- Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada, o certificado de exención del propietario (Código Municipal, 2005).

El trámite tiene una duración de diez días laborables.

Todo documento deberá ser original o copia certificada.

5.1.2.14 Permiso de rotulación y publicidad exterior

Presentar en la Administración Zonal respectiva lo siguiente:

- Solicitud de permiso de rotulación con timbres y con el registro de datos del titular.
- Documento que acredite la propiedad o autorización del propietario en caso de arrendamiento.
- Croquis de ubicación y fotografía actual del sitio.
- Comprobante del pago del impuesto predial correspondiente al presente año y autorización del propietario del inmueble.

El trámite tiene una duración de ocho días laborables. Todo documento deberá ser original o copia certificada.

NOTA: La publicidad no está autorizada a colocar en veredas o espacios de uso público. En caso de renovación presentar copia del permiso anterior (Código Municipal, 2005).

5.1.3 Base Filosófica de la Empresa

5.1.3.1 Misión

Trabajar en equipo para ofrecer un servicio de catering (exclusivo) de alta calidad, caracterizado por la entrega de almuerzos ejecutivos para personal de las empresas, brindando una alimentación sana y saludable, bajo un compromiso de excelencia en la variedad de servicios gastronómicos, con una planificación y organización empresarial adecuada.

5.1.3.2 Visión

Ser reconocida como una organización de buenas prácticas a nivel nacional con enfoque hacia el futuro al modelo de gestión de catering, acompañado de soluciones tecnológicas y de procesos que garanticen la calidad del servicio, logrando una adecuada seguridad alimentaria y una alta satisfacción del cliente.

5.1.3.3 Principios y valores

Principios

- Respeto y consideración hacia el medio ambiente con el fin de no generar mayor impacto hacia el medio circundante de la empresa de servicio de catering exclusivo en la ciudad de Guayaquil.
- Trabajo en equipo considerado como un factor importante en la prestación de los servicios de catering y en la entrega de almuerzos ejecutivos para los empleados de las instituciones públicas, privadas de la ciudad de Guayaquil con el fin de generar un compromiso de calidad con los clientes.
- Capacitación y comunicación permanente entre los miembros de la organización para lograr excelencia en el servicio al cliente.

Valores

- **Liderazgo:** Capacidad para influir en los empleados, haciendo que este equipo trabaje con entusiasmo en el logro de metas y objetivos.
- **Compromiso:** Cumplir a cabalidad el contrato que se firma con el cliente.
- **Objetividad:** Tomar decisiones de una manera más eficiente y lograr un impacto positivo en los empleados.
- **Calidez:** Reflejo de la vocación, el gusto propio por la asistencia a los demás, en el trato afectivo acompañado de cordialidad, respeto, amabilidad en el trato al personal, a los clientes garantizando calidad y excelencia en el servicio.

5.1.3.4 Objetivos y Estrategias Empresariales

En el presente estudio de factibilidad para la posible creación de una empresa de servicio de catering exclusivo en la ciudad de Guayaquil, es necesario planificar los objetivos empresariales los cuales deberán cumplirse en corto y largo plazo, los cuales se aplicarán al inicio de las operaciones productivas.

Objetivos a Corto Plazo

- Brindar al ejecutivo la comodidad a la hora de almorzar y la generación de un tiempo prudente y tranquilo para comer.
- Apertura de nuevos nichos de mercado progresivamente que permita la comercialización de los servicios de catering.
- Compromiso permanente para generar un valor agregado en la producción y servicio de catering exclusivo en la ciudad de Guayaquil.
- Obtener un volumen de ventas óptimo para que la organización pueda generar las utilidades proyectadas al inicio de cada periodo económico y poder cubrir sus costos operativos.

Objetivos a largo plazo

- Lograr un lugar en la mente del consumidor aprovechando el crecimiento y desarrollo del sector en los servicios alimentación y catering del Ecuador.
- Ser reconocido como uno de los líderes en la producción y comercialización de servicios de catering exclusivo a nivel nacional.

5.1.3.5 Estrategias

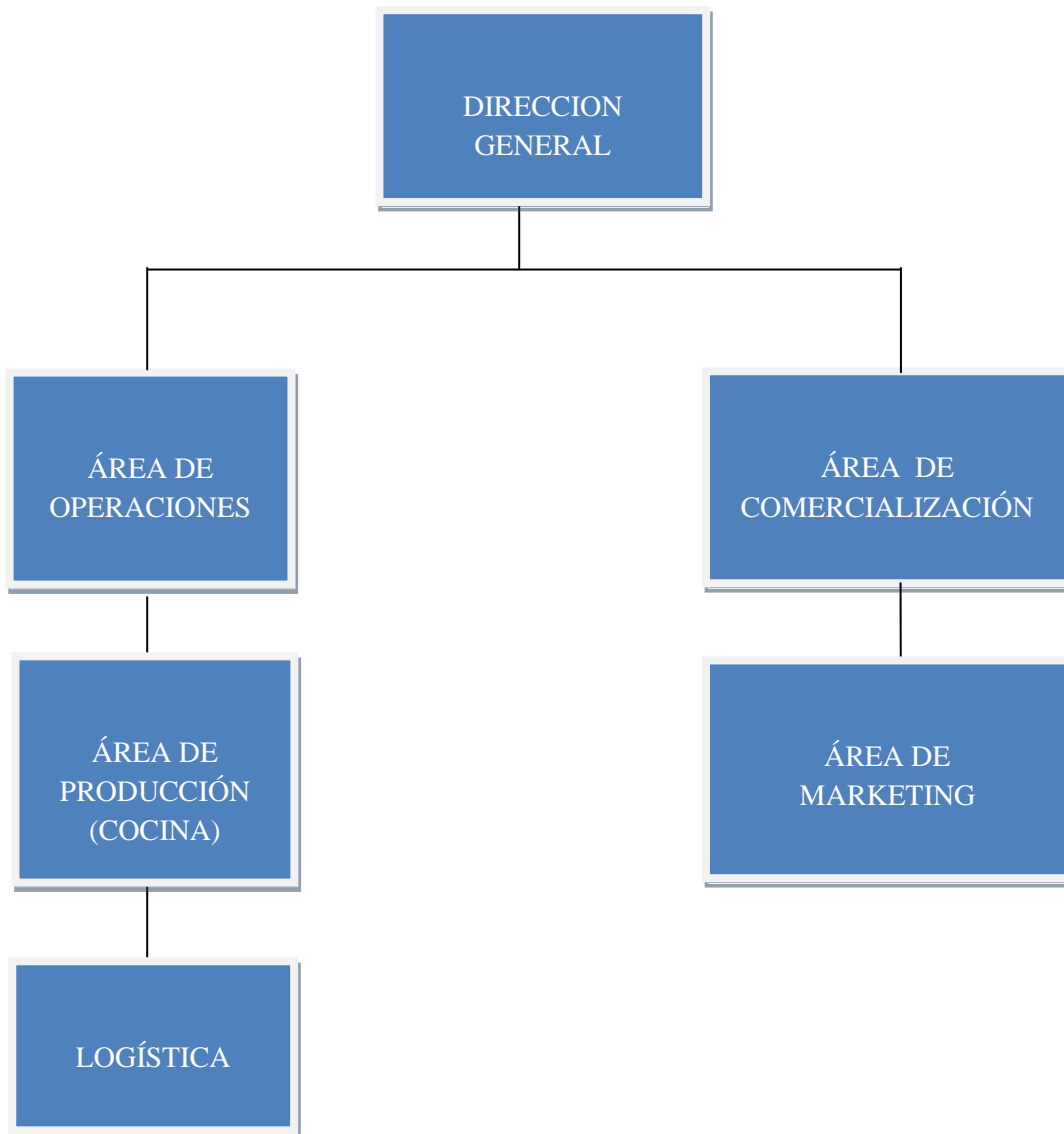
Para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de servicio de catering exclusivo en la ciudad de Guayaquil se procederá a la formulación de estrategias las que se implementarán para la comercialización, siendo estas las siguientes:

- **Defensiva:** La empresa va a generar una diferenciación de la calidad en cada uno de los menús personalizados y de la materia prima de óptimas condiciones, además de un servicio al cliente eficiente para evitar el ataque de competidores.
- **Bench - Marking:** La empresa va a aplicar la estrategia de copiar igual y superar, la que se aplicará a la competencia local, sustituta y a los líderes del mercado con el fin de generar un valor agregado logrando la satisfacción del cliente.
- **De respuesta:** Los administrativos de la empresa deben estar siempre examinando al mercado, sus tendencias, el crecimiento, el comportamiento de la competencia con el fin de poder adaptarse oportuna y eficazmente a los cambios y de esta forma no perder competitividad.
- **Estrategias de mercadeo:** El coordinador de mercado y marketing deberá implementar las siguientes estrategias de mercadeo a) La estrategia de penetración y la estrategia de posicionamiento del servicio.
- **Estrategia de penetración:** En esta estrategia la empresa va a definir un segmento de mercado específico el cual le permita llegar a ofertar el servicio de catering exclusivo en la ciudad de Guayaquil acompañado de un servicio al cliente de calidad con el uso de medios de publicidad eficiente.
- **Estrategia de Posicionamiento:** La empresa persigue un objetivo que es la penetración en el mercado con el propósito de obtener un lugar en la mente del consumidor dejando una huella de marca ideal, óptima a través del empleo de un plan de medios de publicidad y alcanzar la fidelización de los clientes a la organización.

5.1.4 Organización

5.1.4.1 Organigrama Estructural

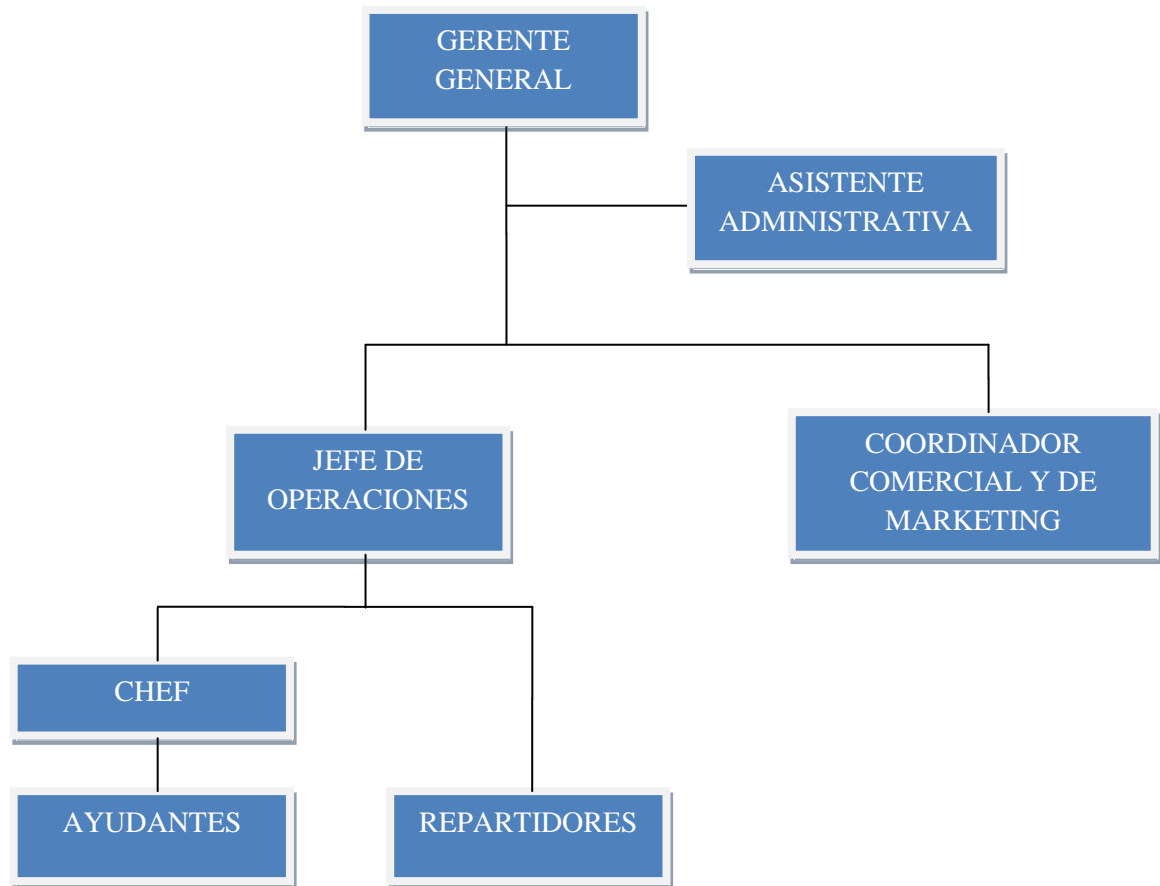
Gráfico N° 19. Organigrama Estructural



Elaborado por: La Autora

5.1.4.2 Organigrama Funcional

Gráfico N° 20. Organigrama Funcional



Elaborado por: La Autora

5.1.4.3 Manual Orgánico Funcional

A continuación se presentan los principales cargos y sus responsabilidades dentro de la empresa.

Tabla N° 21. Descripción del cargo Gerencia General

	<p>ÁREA: GERENCIA GENERAL PUESTO A DESEMPEÑAR: GERENTE GENERAL</p>	
<p>FUNCIONES:</p> <p>Llevar la planificación, organización, dirección, control y coordinación de la empresa en general.</p>	<p>ACTIVIDADES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Coordinar y dirigir a la empresa en todas sus áreas y departamentos. • Representar legalmente a la empresa. • Gestionar créditos financieros cuando se requiera. • Tomar dediciones oportunas y adecuadas en lo concerniente al área financiera, administrativa y producción. • Administrar RR: HH. y financieros. • Establecer metas, objetivos, lineamientos y normas. • Seguimiento y control de planes estratégicos. • Correcta adquisición de la materia prima. • Elaborar cuadros de evaluación y control. • Capacitar periódicamente al personal. • Elaborar y estructurar el plan de cuentas de la microempresa • Cumplir con los pagos correspondientes a empleados y proveedores. • Preparar y entregar la información contable y financiera requerida por la microempresa de manera puntal. • Elaborar documentos correspondientes a declaraciones, retenciones, y egresos. 	
<p>REQUERIMIENTOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Deberá poseer título de tercer nivel, con experiencia mínima de 2 años en carreras empresariales. Competencia en el manejo de toma de decisiones, nivel avanzado de paquetes informáticos, buen dominio de idiomas como inglés. 	<p>RESPONSABILIDADES</p> <p>Ser responsable en las actividades encomendadas.</p>	

Tabla N° 22. Descripción del cargo Asistente Administrativa

	<p>ÁREA: ADMINISTRATIVA PUESTO A DESEMPEÑAR: ASISTENTE ADMINISTRATIVA</p>	
<p>FUNCIONES:</p> <p>Es el encargado del área administrativa, llevar el control de llamadas e informar los productos de la empresa.</p>	<p>ACTIVIDADES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asiste en el desarrollo de los programas y actividades del departamento. • Participa en la elaboración del anteproyecto de presupuesto del departamento. • Participa en el estudio y análisis de nuevos procedimientos y métodos de trabajo para los periodos establecidos. • Llena formatos de órdenes de pago por diferentes conceptos, tales como: pagos a proveedores, pagos de servicios, subvenciones, aportes, asignaciones, ayudas, avances a justificar, incremento o creación de fondos fijos, fondos especiales y de funcionamiento, alquileres, cuentas de cursos y otras asignaciones especiales. • Lleva registro y control de los recursos financieros asignado a la dependencia, fondo fijo, avance a justificar, caja chica, etc. • Realiza la facturación y hace seguimiento a las cuentas por cobrar de los clientes. 	
<p>REQUERIMIENTOS:</p> <p>Deberá cursar estudios superiores con especialidad en carreras administrativas, con experiencia de 2 años. Deberá poseer habilidades de comunicación, ser proactiva.</p>	<p>RESPONSABILIDADES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ser responsable en las actividades encomendadas. 	

Tabla N° 23. Descripción del cargo Jefe de Operaciones

	<p>ÁREA: OPERACIONES PUESTO A DESEMPEÑAR: JEFE DE OPERACIONES</p>	
<p>FUNCIONES:</p> <p>Es el encargado coordinar y controlar las operaciones internas.</p>	<p>ACTIVIDADES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Administración de la producción y el costo de los platos fuertes. • Incluye planeamiento, compras, supervisión, • Dirigir, coordinar y supervisar el desarrollo de las actividades del chef y los ayudantes. • Planificar y coordinar la elaboración de la programación mensual de menús. • Supervisar el ingreso de los alimentos, verificando que la calidad y cantidad estén conforme a las órdenes. 	
<p>REQUERIMIENTOS:</p> <p>Deberá poseer un Título de Tercer Nivel con especialidad en seguridad Industrial, tener habilidades de coordinación en actividades de cocina, administración y desarrollo del presupuesto para la compra de materia prima y competencia en el manejo de toma de decisiones.</p>	<p>RESPONSABILIDADES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ser responsable en las actividades encomendadas. 	

Tabla N° 24. Descripción del cargo Chef

	ÁREA: OPERACIONES PUESTO A DESEMPEÑAR: CHEF	
FUNCIONES: Es el encargado de todo lo relacionado con la cocina, incluyendo la creación de un menú, administración de los tiempos de cocción y encargado del personal de cocina.	ACTIVIDADES: <ul style="list-style-type: none"> • Preparación de los diferentes platos y coordinación de las actividades de la cocina, • Solicitar víveres, insumos y materiales luego de verificar la existencia de los mismos. • Elaborar cuadros estadísticos de atención al usuario y costos de preparación. • Evaluar e informar el grado de cumplimiento de las actividades programadas. • Supervisar y garantizar el cumplimiento de las normas y procedimientos de calidad. • Elaborar el informe correspondiente a la adquisición y renovación de materiales, equipos, implementos y ambientes del servicio. 	
REQUERIMIENTOS: Deberá poseer un Título de Tercer Nivel Superior, Especialidad Gastronomía, con experiencia de 5 años con habilidades en la preparación de los diferentes platos y administración de los recursos.	RESPONSABILIDADES: <ul style="list-style-type: none"> • Ser responsable en las actividades encomendadas. 	

Tabla N° 25. Descripción del cargo Ayudantes de Cocina

	<p>ÁREA: OPERACIONES</p> <p>PUESTO A DESEMPEÑAR: AYUDANTES DE COCINA</p>	
<p>FUNCIONES:</p> <p>Es responsable de la preparación de los alimentos.</p>	<p>ACTIVIDADES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ordenar los elementos de la cocina. • Realizar actividades como pelar, cortar, guardar, conservar, etc. • Preparar la cocina y organizar la despensa. • Ayudar al chef en la elaboración y preparación de las diferentes comidas. • Tener la cocina en perfectas condiciones, encargado de la limpieza de los utensilios y accesorios propios del departamento, tales como, placas, hornos, cámaras, sartenes, cazuelas, etc. 	
<p>REQUERIMIENTOS:</p> <p>Deberá poseer un Título de bachiller, especialidad varias, con experiencia de 1 a 2 años mínimo con conocimiento de preparación y elaboración de alimentos, poseer habilidades en la preparación de cortes y preparación de alimentos.</p>	<p>RESPONSABILIDADES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ser responsable en las actividades encomendadas. 	

Tabla N° 26. Descripción del cargo Repartidor

	<p>ÁREA TRANSPORTE PUESTO A DESEMPEÑAR: REPARTIDORES</p>	
<p>FUNCIONES:</p> <p>Es responsable de las entregas que se realicen a los clientes, acompañado de una excelente educación y trato.</p>	<p>ACTIVIDADES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Debe llevar un control de las notas y requisiciones de los clientes. • Repartir en los diversos puntos de distribución el producto, demostrando una buena educación y respeto por las personas de su alrededor, pues es una imagen que representa indirectamente a la empresa. • Debe llevar un control de las facturas, permitiendo posteriormente al jefe de operaciones tenerlas en una carpeta. • Cuando llegue al punto de distribución, es el encargado de vigilar que la mercancía se descargue correctamente, todas las encomendadas por el jefe de operaciones. 	
<p>REQUERIMIENTOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Deberá poseer un Título de bachiller, con experiencia de 1 a 2 años en puestos similares con conocimiento de servicio al Cliente. • (Indispensable) - Poseer licencia de conducir. 	<p>RESPONSABILIDADES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ser responsable en las actividades encomendadas. 	

Tabla N° 27. Descripción del cargo Coordinador Comercial y de Marketing

	<p>ÁREA: COMERCIALIZACIÓN PUESTO A DESEMPEÑAR: COORDINADOR COMERCIAL Y DE MARKETING</p>	
<p>FUNCIONES:</p> <p>Tendrá como función principal la generación de estrategias de mercadeo.</p>	<p>ACTIVIDADES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de campañas publicitarias para el posicionamiento de la organización y la captación y fidelización de los clientes. • Diseñar las estrategias de venta de los productos de la organización. • Realizar los contactos necesarios para generar las ventas directas a las empresas. • Elaborar cuadros de evaluación y control • Preparar planes y presupuestos de ventas, de modo que debe planificar sus acciones y las del área. • Delimitar el territorio, establecer las cuotas de ventas y definir los estándares de desempeño. • Identificar y determinar el potencial del mercado. 	
<p>REQUERIMIENTOS</p> <p>Deberá poseer un título de Ing. en marketing con experiencia mínima de 1 año, con conocimientos del mix de mercado, segmentación de mercado, elaboración de objetivos empresariales, análisis permanente de la competencia.</p>	<p>RESPONSABILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ser responsable en las actividades encomendadas 	

5.1.5 Marketing Mix

5.1.5.1 Estrategia de Producto

La empresa que producirá y comercializará el servicio de catering exclusivo en la ciudad de Guayaquil poseerá las siguientes características:

- **Variedad en los menús**

Menú Semanal

Con la finalidad de brindar un servicio de calidad, se plantea elaborar semanalmente menús variados y nutritivos acorde con lo requerido por el cliente y en conjunto con el chef que se encargará de seleccionar los alimentos idóneos que acompañarán a cada plato para que este sea balanceado y rico en nutrientes.

Opciones del día

Catering El Buen Sabor dentro del menú semanal brindará al cliente dos opciones de almuerzo por día para que tenga la facilidad de escoger uno de los dos en el caso que uno no sea de su agrado.

Adicional de las dos primeras opciones de almuerzo, la compañía ofrece una opción exclusiva de dieta para clientes que estén acostumbrados a alimentarse de forma saludable con bajas calorías.

Pensando en las mejores alternativas para brindar un mejor servicio al cliente se ha planteado elaborar el siguiente menú:

Tabla N° 28. Menú semanal


	Día	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
<p>Opción 1</p> 	Sopa	Crema de zanahoria	Consomé de Pollo	Sopa de fideos	Sopa de verduras	Sopa de acelga
	Entrada	Arroz integral	Espagueti con perejil	Ensalada Mixta	Ensalada Cesar	Ensalada Rusa
	Plato Fuerte	Pechuga Asada	Carne a la mostaza	Cerdo con vegetales	Lasaña	Pollo relleno (Jamo y Queso)
	Postre	Gelatina de Limón	Flan de vainilla	Fruta de estación	Fruta de estación	Arroz con leche
	Jugo	Tamarindo	Mora	Naranja	Maracuyá	Limonada
	<p>Opción 2</p> 	Sopa	Sopa minestrón	Crema de espinaca	Consomé de Pollo	Sopa de Garbanzo
Entrada		Ensalada mixta	Ensalada de tomate	Ensalada de zanahoria y lechuga	Arroz verde	Ensalada de alverja y queso
Plato Fuerte		Tortilla de pollo	Croquetas de Atún	Espagueti a la boloñesa	Pollo a la naranja	Pastel de carne
Postre		Fruta de estación	Galletas	Fruta de estación	Gelatina de manzana	Duraznos en almíbar
Jugo		Mora	Naranja	Limonada	Piña	Papaya

Elaborado por: La Autora

Menú de dieta

El menú de dieta esta direccionado para las personas que por prescripción médica necesitan bajar de peso o mantener una alimentación saludable y se ha planteado el siguiente menú:

Tabla N° 29. Menú de dieta

	Día	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
<p>Menú de dieta</p> 	Entrada	Ensalada Mixta	Ensalada Rusa	Ensalada Cesar	Ensalada de Tomate y Lechuga	Ensalada de zanahoria
	Plato Fuerte	Filete de pollo a la plancha	Tortilla de carne	Filete de pavo a la plancha	Pollo asado al Curry	Ternera al vapor
	Postre	Yogurt Desnatado	Fruta de estación	Gelatina	Fruta de estación	Galletas
	Jugo	Piña	Mora	Naranja	Papaya	Manzana

Elaborado por: La Autora

Para la elaboración del menú se tomó en consideración la pirámide nutricional que determina un consumo nutricional que aportara a una alimentación saludable.

Gráfico N° 21. Menú de dieta



Elaborado por: La Autora

- Almuerzos diarios caseros para clientes individuales y corporativos, servicio de chef personal.
- Equilibrio Nutricional.

Los menús se estudiarán cada mes junto con el jefe de operaciones, los cuales serán sometidos a la aprobación del Gerente, para esto se analizará el aporte nutricional, carbohidratos, grasas, almidones, proteínas, vitaminas, etc.

Además se proporcionará servicio para las siguientes fiestas:

Tabla N° 30. Estrategia de Diversificación de Servicio

Temporada	Servicios de Banquetes
Navidad	Coffee Breaks
Verano	Seminarios
Año Nuevo	Convivencias
Animación Cultural	Comidas y cenas
Día del trabajador	Cooktails
Día de la empresa	Recepción
Animación Tradicional	Fiestas
Cumpleaños	Convenciones, Aperitivos Bocadillos, Cafés y bebida

Elaborado por: La Autora

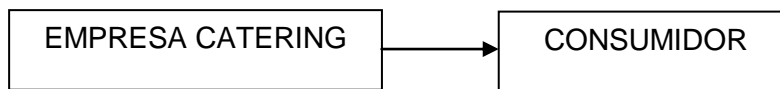
5.1.5.2 Estrategia de Precio

Para efectos de proyecciones financieras se ha establecido un costo de producción de 1.83 dólares, por lo tanto el precio de venta se ha fijado en función de este valor y se ha tomado como referencia el precio que los encuestados estarían dispuestos a pagar que oscila en 3.80 dólares por plato. Siendo un precio competitivo el cual está diseñado de acuerdo a los requerimientos de materia prima.

5.1.5.3 Estrategia de Plaza

En el desarrollo de esta estrategia se ha identificado que la empresa deberá emplear el canal de comercialización directa donde se pueda brindar un servicio eficiente y rápido al cliente por lo tanto el canal se estructura de la siguiente forma:

Gráfico N° 22. Canal de Comercialización



Elaborado por: La Autora

Adicionalmente hay mencionar que los edificios se encuentran cerca del centro de Guayaquil, para esto se ubicará un lugar central para disminuir los costos de transporte del servicio de catering. Sin embargo no se podrá ubicar un punto céntrico con exactitud, pero si un local disponible con los requerimientos necesarios en el centro y cerca de los edificios que se planea captar.

5.1.5.4 Estrategia de Promoción

Dentro de la estrategia de promoción se ha identificado que las herramientas más adecuadas para producir un servicio de catering exclusivo en la ciudad de Guayaquil son:

- **Web:** Se ha considerado desarrollar una página web especializada de la microempresa con fin de difundir cada uno de los componentes del servicio, la

diversidad de los menús personalizados, la difusión de promociones al mercado así como toda la información idónea para que los clientes tengan conocimiento oportuno y adecuado del servicio.

Formato de página web

En el diseño de página web, constará la historia de la empresa de catering, filosofía corporativa, contactos, ubicación, descripción de beneficios, imagen corporativa (Slogan, logo) Imágenes del menú semanal, imágenes de platos.

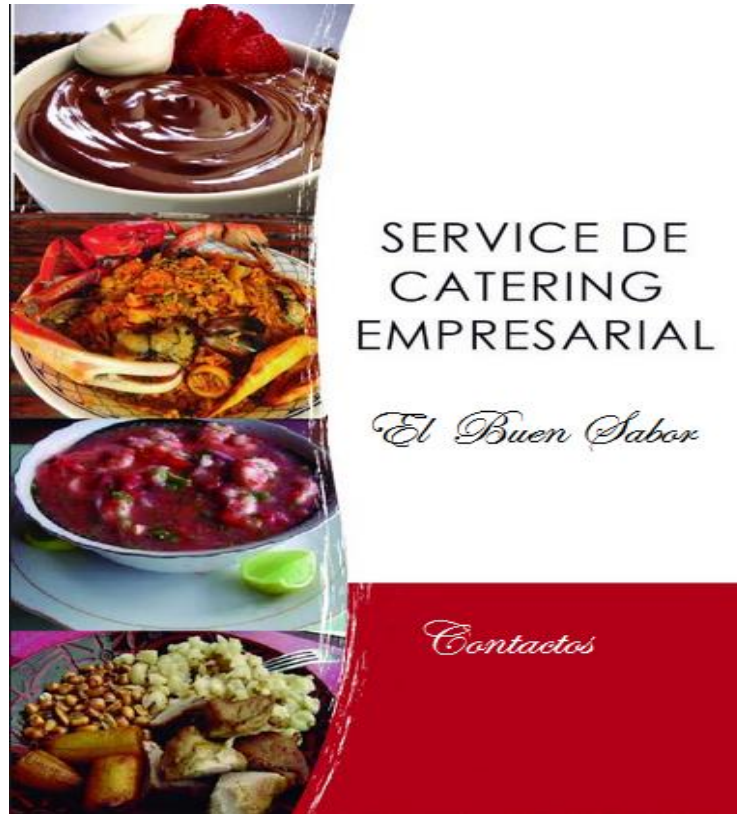
Gráfico N° 23. Formato de página Web



- **Imagen gráfica:** Para mantener la imagen corporativa organizacional de manera estándar y en función del posicionamiento de la empresa es necesario el diseño de una imagen gráfica, la cual se deberá agregar en el material POP, las revistas, la guía telefónica y se deberá incorporar en la página web.

Diseño gráfico

Gráfico N° 24. Diseño Gráfico



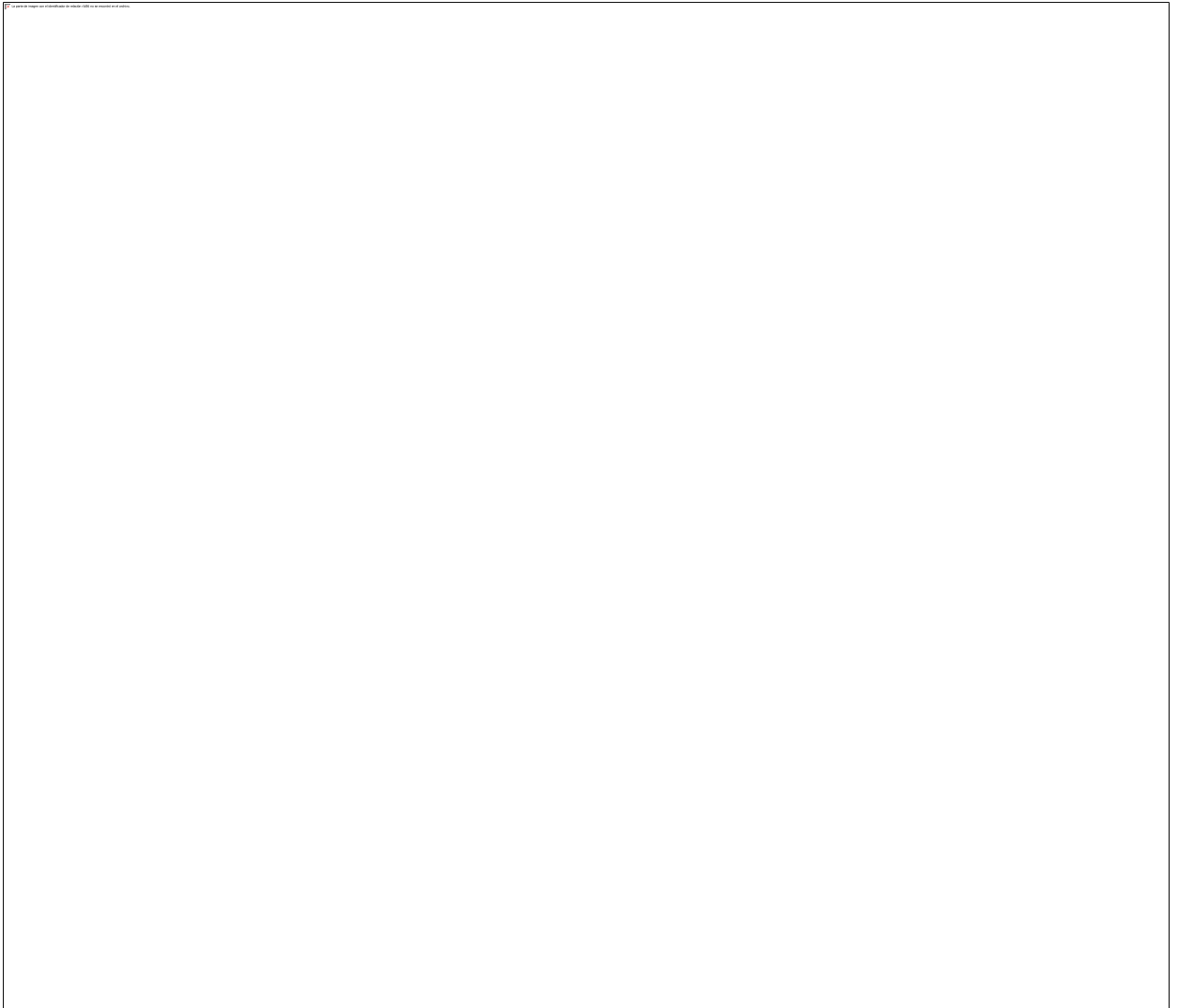


- **Revistas especializadas:** Para la difusión de los componentes del servicio de catering exclusivo en la ciudad de Guayaquil se ha identificado la oportunidad de usar revistas especializadas en cultura, entretenimiento en la ciudad donde se adquirirá un espacio para pautar.
- **Guía telefónica:** Para la difusión de la empresa se incluirá a la guía telefónica como un medio utilizado en gran medida por las personas y permitirá a la empresa mantenerse en competencia ya que el costo por anunciarse no es elevado y con el empleo de un esquema gráfico adecuado y de impacto se podrá obtener resultados de la forma esperada.

- **Imagen Corporativa**

Se ha considerado como imagen un logotipo claro, atrayente, fácil de recordar, que servirá para reforzar la imagen empresarial y apoyar a la retentiva de la marca.

Gráfico N° 25. Imagen Corporativa



Elaborado por: La Autora

5.1.6 Análisis FODA

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none">- Organización definida y estructurada.- Políticas de calidad en el producto y servicio de entrega.- Rentabilidad empresarial (de acuerdo a proyecciones).- Ubicación central para atención.- Infraestructura necesaria para la cobertura estimada.	<ul style="list-style-type: none">- Falta de experiencia en la organización de este tipo de empresa.- Falta de presupuesto para contratar más personal.
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none">- Incremento empresarial en la ciudad de Guayaquil.- Demanda insatisfecha de catering en las empresas	<ul style="list-style-type: none">- Inestabilidad política en el país.- Variación en la legislación.- Incremento del mercado competidor de alimentos.

Elaborado por: La Autora

5.2 ESTUDIO TÉCNICO

5.2.1 Objetivo del estudio técnico

Definir cada uno de los requerimientos de tipo técnico que ayuden a introducir una empresa de servicio de catering exclusivo en la ciudad de Guayaquil.

5.2.2 Localización del proyecto

Con el fin de delimitar la localización del presente estudio que permitirá la implementación de la empresa de servicio de catering El Buen Sabor se va a considerar los siguientes aspectos:

5.2.2.1 Macro localización

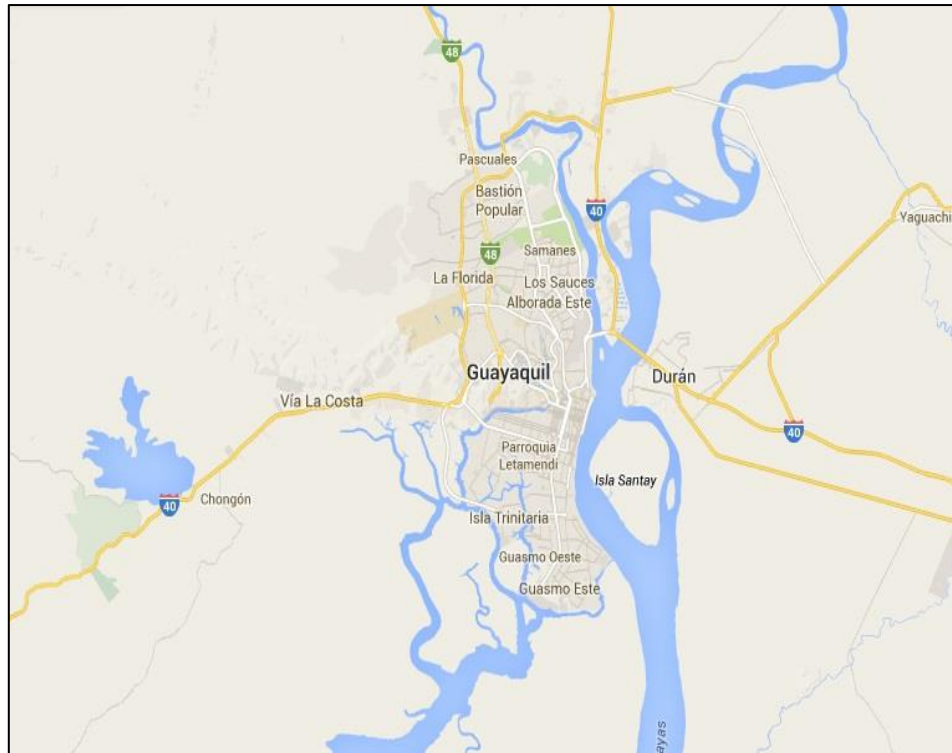
Con relación a la identificación de la macro localización del presente estudio analizarán los siguientes aspectos:

Aspectos geográficos

- **País:** Ecuador
- **Región:** Costa
- **Provincia:** Guayas
- **Cantón :** Guayaquil
- **Localidad:** Guayaquil

Gráfico N° 26. Mapa de Macro localización





Fuente: Googlemaps

5.2.2.2 Micro localización

Con relación a la micro localización del presente estudio se analizarán los siguientes aspectos:

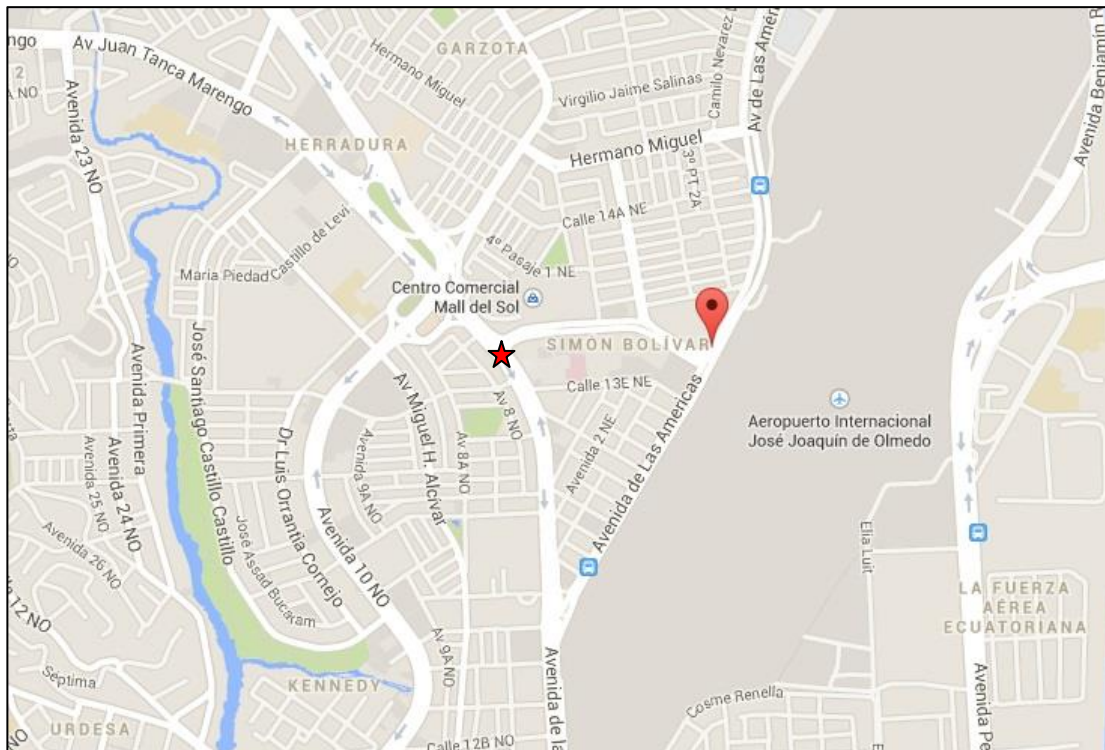
- **Sector:** Centro y Norte de la ciudad de Guayaquil
- **Dirección:** Av. Américas y Av. Joaquín Orrantía

Para identificar la micro localización de la empresa de catering El Buen Sabor se han identificado los siguientes aspectos:

- **Disponibilidad de la infraestructura:** El local donde estará ubicada la empresa de catering, contará con una adecuada distribución en el área de la cocina que permitirá un trabajo eficiente de los empleados y de esta manera ofrecer un servicio de calidad al cliente externo.

- **Disponibilidad de líneas telefónicas:** Se contará con varias alternativas de comunicación como el uso de líneas telefónicas, el uso de Internet que permitirá la utilización de la intranet y extranet para receptor los requerimientos del servicio.
- **Disponibilidad de personal:** Se contratará personal con experiencia para garantizar que el servicio sea de calidad y excelencia.
- **Seguridad:** El sector cuenta con resguardo policial, privado y de la comunidad.
- **Cercanía a los clientes:** Se establecerá que la localización elegida será en un área estratégica que permitirá la movilización y contacto de manera personalizada con el mercado objetivo.

Gráfico N° 27. Mapa de Micro localización



Fuente: Googlemaps

5.2.3 Ingeniería del Proyecto

5.2.3.1 Características del Producto/Servicio

El servicio de la empresa El Buen Sabor se dedicará principalmente a la prestación externa del suministro de comida preparada para los ejecutivos, pero también puede tomar parte para abastecer de todo lo necesario para la organización de un banquete o una fiesta.

Catering por servicio

Catering aperitivo:

Este servicio está determinado para un lapso de 15 a 30 minutos de aperitivo, el cual estará diseñado con bocaditos de sal, dos por persona. (García, 2003).

Catering cocktail:

Para este servicio se establece horas que van entre las 19H00 hasta las 21H00 pm y estará diseñado para ofrecer bocaditos de sal y de dulce. (García, 2003).

Catering recepción:

Este catering se lo establece para la noche con una duración de 3 horas, se preparan bocaditos de sal y de dulce. (García, 2003).

Catering recepción buffet:

Este catering se lo establece para la noche con una duración de 3 horas, se preparan platos fríos o calientes. (García, 2003).

Catering recepción, comida o banquete:

Son eventos de larga duración, dentro del cual se preparan bocaditos, entradas, platos fuertes, postres, servicio de café, brindis, mesa del dulce y sal y finales de fiestas, tienen una duración de 6 a 8 horas. (García, 2003).

Catering desayuno de trabajo:

Se calculan entre tres a cinco bocados por hora por persona y se puede elegir entre continental o americano, entre otros. (García, 2003).

5.2.3.2 Descripción del Proceso de Producción

Recepción de llamada, e-mail

Los clientes o potenciales clientes realizarán llamadas o se contactarán vía internet solicitando información del servicio, precios, menús, etc.

Solicitud del servicio

El servicio se confirmará si el cliente está de acuerdo con los requerimientos presentados y se procederá a llenar un formulario de datos del cliente con las especificaciones del Menú y servicio.

La empresa luego de que los clientes hayan contratado el servicio, todos los lunes de cada semana enviará un archivo de Excel vía email con el menú para toda la semana con tres opciones de almuerzo para cada día incluyendo la opción dieta para que de esta forma la empresas tomen el pedido de sus empleados y envíen un correo a la empresa o llamen indicando con las opciones de almuerzo que hayan escogido. La persona encargada de receptor los pedidos será la Asistente Administrativa que ingresará los pedidos diarios al sistema y luego hacer el cálculo de la factura que se les enviará cada quince días.

Contrato del servicio

Se especificarán fechas, valores y descripción de los requerimientos que confirmarán el servicio de Catering como se muestra en el Anexo 1. Y se mencionará los beneficios en cuanto a las facilidades de pagos (mensual y quincenal) como un valor que se planteará cobrar el fin de mes o quincena.

Menú

Cuando se confirme el servicio de catering se procederá a la elaboración del menú el cual será realizado por el chef y la nutricionista para planificar los requerimientos del cliente, cabe mencionar que pueden ser sugeridos y modificados para satisfacer las necesidades del cliente.

Requisición

Es un formato específico en donde se registrarán los insumos necesarios para la elaboración de los productos con el cual se verificará cantidades y precios.

Cabe mencionar que este formato se lo debe realizar para productos cárnicos, vegetales, mercado, insumos de limpieza, bodega y almacenamiento. Una vez corroborado los insumos se procederá a direccionar la información al departamento de operaciones quienes realizarán los pedidos de los productos.

Pedidos

La empresa contará con varios proveedores de insumos para las compras al por mayor y menor como son: Avícola Fernández, Multicarnes, La Casa de las Carnes, Supermaxi, Megamaxi, Mi Comisariato entre otros, con la finalidad de evitar intermediarios y tiempos de pedidos.

Recepción

Cuando el producto llegue a las instalaciones de la empresa será verificado por el jefe de operaciones, las cantidades y especificación de los productos; se devolverá el producto si no cumple con las especificaciones solicitadas para salvaguardar la calidad y la manipulación de los productos.

Almacenamiento

Los insumos serán almacenados de acuerdo a su especificación en refrigeradoras para alimentos y perecibles como frutas y legumbres y limpieza.

Producción

La materia prima será procesada (picada, pelada, cortada, etc.) en esta área el personal contará con equipos de última tecnología para aminorar el proceso de preparación con el cual se pretenderá la entrega de todos los menús de acuerdo a los pedidos.

Preparación

Elaboración de los componentes del menú (sopa, plato fuerte, ensaladas, jugo, postres) se procederá a freír, hornear, asar; se mezclarán los ingredientes para las ensaladas, se decorarán y se darán toques finales a la preparación.

Para la preparación se contará con cocinas industriales, basculantes, hornos, parrillas, entre otros.

Despacho

Los pedidos serán colocados en recipientes térmicos, embalados, empaquetados por láminas de aluminio para que sean transportados en camiones.

Transporte

El transporte de la comida será de acuerdo a la condición y tiempo de refrigeración.

Entrega y recepción de la comida

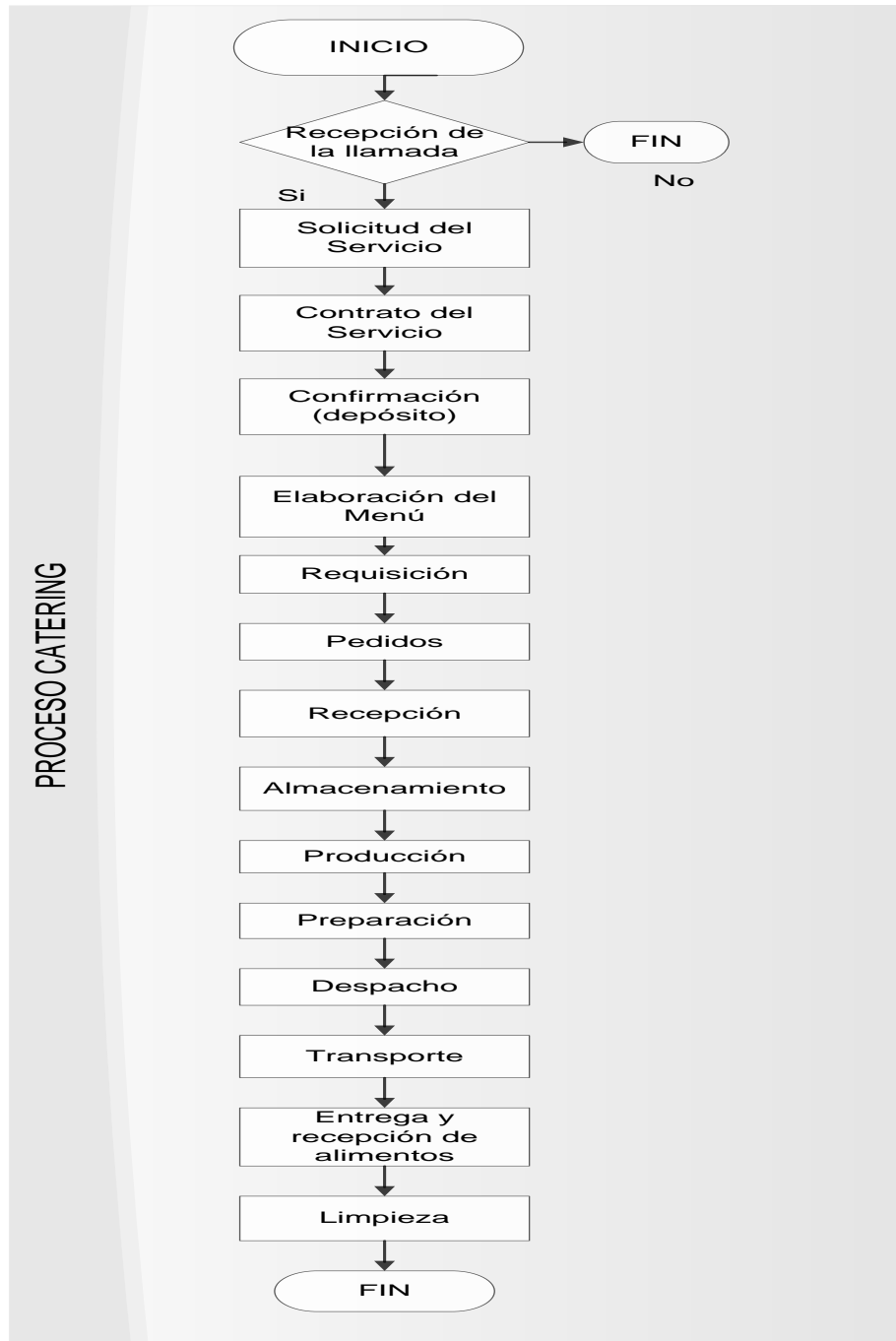
La entrega y recepción de la comida será en el tiempo establecido en el contrato.

Limpieza

Después del envío del producto se pretenderá limpiar las instalaciones, los equipos y materiales utilizados.

5.2.3.3 Diagrama de flujo del proceso de producción

Gráfico N° 28. Diagrama de flujo de proceso de servicio de catering



Fuente: La Autora

5.2.3.4 Distribución de las instalaciones

La distribución de las instalaciones estará acorde a las necesidades técnicas especificadas, con la finalidad de evitar riegos internos tanto para el área operativa como de despacho.

La distribución de las instalaciones estará determinada para dos áreas la administrativa y operativa.

Área administrativa

- Gerente General
- Asistente Administrativa
- Coordinador Comercial y de Marketing

Área de operaciones

- Jefe de Operaciones
- Chef
- Ayudantes
- Repartidores /transportistas

Gráfico N° 29. Distribución de Instalaciones



Elaborado por: La Autora

5.2.3.5 Requerimiento de mano de obra

Los requerimientos de mano de obra para el proyecto en el área administrativa y de operaciones son:

Tabla N° 31. Requerimiento de mano de obra

Descripción	Cantidad
Requerimientos Administrativos	
Gerente General	1
Asistente Administrativa	1
Coordinador Comercial y Marketing	1
Requerimientos de Operaciones	
Jefe de operaciones	1
Chef	1
Ayudantes	3
Repartidores /Transporte	2
Total Mano de Obra	10

Elaborado por: La Autora

5.2.3.6 Requerimiento de Activos Fijos

Los requerimientos de activos fijos con los cuales la empresa iniciará sus operaciones son los siguientes que estarán ejemplificados en los Anexos 1 y 2.

- Requerimiento de Muebles y Enseres
- Requerimiento de Equipos de computación
- Requerimiento de Vehículos
- Requerimiento de maquinaria y Equipo

5.2.3.7 Requerimiento de Materiales, Suministros y Servicios

Los requerimientos de materiales y suministros que permitirán el funcionamiento de la empresa de Catering se mencionarán a continuación:

- Requerimiento de materia prima

- Requerimiento de utensilios de cocina
- Requerimiento de Insumos de limpieza

Los requerimientos estarán ejemplificados en los anexos 3-4.

5.2.3.8 Selección de proveedores

La selección de proveedores se establecerá por el tipo de insumos y compras que se realicen al por mayor y menor, por parámetros de calidad y la frecuencia de rotación de productos, los cuales se podrán ajustar a las necesidades de la empresa y los pedidos que se vayan realizando durante el mes.

A dichos proveedores se les solicitará crédito de 30 días plazo para el respectivo pago.

Los proveedores de cárnicos:

- ✓ Avícola Fernández
- ✓ Multicarnes Cia. Ltda.
- ✓ La Casa de las Carnes

Los proveedores de frutas y legumbres:

- ✓ Distribuidora Legumsa

Los proveedores de insumos de primera necesidad:

- ✓ Megamaxi
- ✓ Supermaxi
- ✓ Mi Comisariato

Los proveedores de bebidas:

- ✓ Coca Cola

Los proveedores de insumos de limpieza:

- ✓ Dymaseo S.A.

CAPÍTULO 6

ESTUDIO FINANCIERO

A continuación se presentará el estudio financiero desarrollado para el proyecto de servicio de catering de almuerzos ejecutivos para los empleados de trabajen en los edificios del centro y norte de la ciudad de Guayaquil; en el mismo se contemplará el monto de la inversión que se requerirá para la puesta en marcha del mismo, así como su estructura de financiamiento, se presentarán las proyecciones de los ingresos, gastos, costos y análisis de los indicadores financieros con los cuales se determinará si el proyecto es o no factible económicamente. Se tomará como referencia la TMAR calculada para obtener la TIR y el VAN, haciendo uso de los flujos en cada período.

6.1 Inversión inicial del Proyecto

Son la inversiones necesarias que se utilizarán para el proyecto de factibilidad de la empresa de Catering.

La inversión total estimada para el inicio de la empresa será de \$56.349 con lo cual será posible cubrir los activos fijos, los activos intangibles y gastos pre operacionales y el capital de trabajo que se detallarán en el anexo.

Tabla N° 32. Inversión total Inicial

Descripción	Valor
Activos Fijos	\$ 27.967,00
Activos Intangibles	\$ 5.980,00
Capital de Trabajo	\$ 24.440,74
Total inversión inicial	\$ 58.387,74

Elaborado por: La Autora

6.2 Financiamiento

Para la estructura de financiamiento que será utilizada para cubrir la inversión, se considerará necesario un préstamo bancario del 40% y el 60% se cubrirá con capital propio como se detalla a continuación:

Tabla N° 33. Financiamiento

DESCRIPCIÓN	VALOR	PORCENTAJE
Inversión capital propio	\$ 35.032,65	60%
Deuda	\$ 23.350,10	40%
Inversión total	\$ 58.387,74	100%

Elaborado por: La Autora

Para analizar el crédito y la tabla de amortización se seleccionará como alternativa al Banco de Guayaquil por contar con una tasa media de crédito y que a su vez puede ser accesible para los inversionistas, la misma que tiene una tasa anual nominal del 11.40% y se ha considerado un crédito a 5 años con cuotas fijas de acuerdo a los actuales créditos de los bancos.

Por tanto para calcular el pago mensual (anualidad) se utilizará la siguiente fórmula:

$$anualidad = \frac{Monto\ de\ crédito\ x\ t}{\left(1 - \frac{1}{(1+t)^n}\right)}$$

Donde t es la tasa de interés (11,4%), y n es el tiempo en períodos (60)

Tabla N° 34. Datos del crédito

Monto a financiar:	\$ 23.350,10
Tiempo (meses)	60
Anualidad	\$ 512,47
Tasa bancaria	11,4%

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 35. Tabla de amortización del Crédito

	Meses	Monto	Tasa	Anualidad	Interés	Pago a Capital	Saldo
Año 1	1	\$ 22.695,10	0,0095	\$ 497,99	\$ 215,60	\$ 282,38	\$ 22.412,71
	2	\$ 22.412,71	0,0095	\$ 497,99	\$ 212,92	\$ 285,06	\$ 22.127,65
	3	\$ 22.127,65	0,0095	\$ 497,99	\$ 210,21	\$ 287,77	\$ 21.839,88
	4	\$ 21.839,88	0,0095	\$ 497,99	\$ 207,48	\$ 290,51	\$ 21.549,37
	5	\$ 21.549,37	0,0095	\$ 497,99	\$ 204,72	\$ 293,27	\$ 21.256,10
	6	\$ 21.256,10	0,0095	\$ 497,99	\$ 201,93	\$ 296,05	\$ 20.960,05
	7	\$ 20.960,05	0,0095	\$ 497,99	\$ 199,12	\$ 298,87	\$ 20.661,18
	8	\$ 20.661,18	0,0095	\$ 497,99	\$ 196,28	\$ 301,70	\$ 20.359,48
	9	\$ 20.359,48	0,0095	\$ 497,99	\$ 193,42	\$ 304,57	\$ 20.054,91
	10	\$ 20.054,91	0,0095	\$ 497,99	\$ 190,52	\$ 307,46	\$ 19.747,45
	11	\$ 19.747,45	0,0095	\$ 497,99	\$ 187,60	\$ 310,39	\$ 19.437,06
	12	\$ 19.437,06	0,0095	\$ 497,99	\$ 184,65	\$ 313,33	\$ 19.123,73
Año 2	13	\$ 19.123,73	0,0095	\$ 497,99	\$ 181,68	\$ 316,31	\$ 18.807,42
	14	\$ 18.807,42	0,0095	\$ 497,99	\$ 178,67	\$ 319,32	\$ 18.488,10
	15	\$ 18.488,10	0,0095	\$ 497,99	\$ 175,64	\$ 322,35	\$ 18.165,75
	16	\$ 18.165,75	0,0095	\$ 497,99	\$ 172,57	\$ 325,41	\$ 17.840,34
	17	\$ 17.840,34	0,0095	\$ 497,99	\$ 169,48	\$ 328,50	\$ 17.511,84
	18	\$ 17.511,84	0,0095	\$ 497,99	\$ 166,36	\$ 331,62	\$ 17.180,22
	19	\$ 17.180,22	0,0095	\$ 497,99	\$ 163,21	\$ 334,77	\$ 16.845,44
	20	\$ 16.845,44	0,0095	\$ 497,99	\$ 160,03	\$ 337,95	\$ 16.507,49
	21	\$ 16.507,49	0,0095	\$ 497,99	\$ 156,82	\$ 341,16	\$ 16.166,32
	22	\$ 16.166,32	0,0095	\$ 497,99	\$ 153,58	\$ 344,41	\$ 15.821,92
	23	\$ 15.821,92	0,0095	\$ 497,99	\$ 150,31	\$ 347,68	\$ 15.474,24
	24	\$ 15.474,24	0,0095	\$ 497,99	\$ 147,01	\$ 350,98	\$ 15.123,26
Año 3	25	\$ 15.123,26	0,0095	\$ 497,99	\$ 143,67	\$ 354,31	\$ 14.768,94
	26	\$ 14.768,94	0,0095	\$ 497,99	\$ 140,30	\$ 357,68	\$ 14.411,26
	27	\$ 14.411,26	0,0095	\$ 497,99	\$ 136,91	\$ 361,08	\$ 14.050,19
	28	\$ 14.050,19	0,0095	\$ 497,99	\$ 133,48	\$ 364,51	\$ 13.685,68
	29	\$ 13.685,68	0,0095	\$ 497,99	\$ 130,01	\$ 367,97	\$ 13.317,70
	30	\$ 13.317,70	0,0095	\$ 497,99	\$ 126,52	\$ 371,47	\$ 12.946,24
	31	\$ 12.946,24	0,0095	\$ 497,99	\$ 122,99	\$ 375,00	\$ 12.571,24
	32	\$ 12.571,24	0,0095	\$ 497,99	\$ 119,43	\$ 378,56	\$ 12.192,68
	33	\$ 12.192,68	0,0095	\$ 497,99	\$ 115,83	\$ 382,16	\$ 11.810,53
	34	\$ 11.810,53	0,0095	\$ 497,99	\$ 112,20	\$ 385,79	\$ 11.424,74
	35	\$ 11.424,74	0,0095	\$ 497,99	\$ 108,54	\$ 389,45	\$ 11.035,29
	36	\$ 11.035,29	0,0095	\$ 497,99	\$ 104,84	\$ 393,15	\$ 10.642,14
Año 4	37	\$ 10.642,14	0,0095	\$ 497,99	\$ 101,10	\$ 396,89	\$ 10.245,25
	38	\$ 10.245,25	0,0095	\$ 497,99	\$ 97,33	\$ 400,66	\$ 9.844,60
	39	\$ 9.844,60	0,0095	\$ 497,99	\$ 93,52	\$ 404,46	\$ 9.440,14
	40	\$ 9.440,14	0,0095	\$ 497,99	\$ 89,68	\$ 408,30	\$ 9.031,83
	41	\$ 9.031,83	0,0095	\$ 497,99	\$ 85,80	\$ 412,18	\$ 8.619,65
	42	\$ 8.619,65	0,0095	\$ 497,99	\$ 81,89	\$ 416,10	\$ 8.203,55

	43	\$ 8.203,55	0,0095	\$ 497,99	\$ 77,93	\$ 420,05	\$ 7.783,50
	44	\$ 7.783,50	0,0095	\$ 497,99	\$ 73,94	\$ 424,04	\$ 7.359,45
	45	\$ 7.359,45	0,0095	\$ 497,99	\$ 69,91	\$ 428,07	\$ 6.931,38
	46	\$ 6.931,38	0,0095	\$ 497,99	\$ 65,85	\$ 432,14	\$ 6.499,25
	47	\$ 6.499,25	0,0095	\$ 497,99	\$ 61,74	\$ 436,24	\$ 6.063,00
	48	\$ 6.063,00	0,0095	\$ 497,99	\$ 57,60	\$ 440,39	\$ 5.622,62
Año 5	49	\$ 5.622,62	0,0095	\$ 497,99	\$ 53,41	\$ 444,57	\$ 5.178,04
	50	\$ 5.178,04	0,0095	\$ 497,99	\$ 49,19	\$ 448,79	\$ 4.729,25
	51	\$ 4.729,25	0,0095	\$ 497,99	\$ 44,93	\$ 453,06	\$ 4.276,19
	52	\$ 4.276,19	0,0095	\$ 497,99	\$ 40,62	\$ 457,36	\$ 3.818,83
	53	\$ 3.818,83	0,0095	\$ 497,99	\$ 36,28	\$ 461,71	\$ 3.357,12
	54	\$ 3.357,12	0,0095	\$ 497,99	\$ 31,89	\$ 466,09	\$ 2.891,03
	55	\$ 2.891,03	0,0095	\$ 497,99	\$ 27,46	\$ 470,52	\$ 2.420,51
	56	\$ 2.420,51	0,0095	\$ 497,99	\$ 22,99	\$ 474,99	\$ 1.945,52
	57	\$ 1.945,52	0,0095	\$ 497,99	\$ 18,48	\$ 479,50	\$ 1.466,02
	58	\$ 1.466,02	0,0095	\$ 497,99	\$ 13,93	\$ 484,06	\$ 981,96
	59	\$ 981,96	0,0095	\$ 497,99	\$ 9,33	\$ 488,66	\$ 493,30
	60	\$ 493,30	0,0095	\$ 497,99	\$ 4,69	\$ 493,30	\$ 0,00

Elaborado por: La Autora

6.3 Proyección de ingresos por ventas

Los ingresos a obtener con el proyecto estarán relacionados a la cantidad de atenciones diarias que podrá tener la empresa, la misma que tiene relación con la capacidad de producción y el estimado de empresas a las cuales se pretenderá atender permanentemente, considerando además la demanda que se pudo observar en la investigación de campo que aún es muy grande en relación a la cantidad a continuación calculada que la empresa podrá abastecer considerando que los días laborales son 22 días.

Tabla N° 36. Cantidad de atenciones

Cantidad de atenciones diarias	40	Empresas
Cantidad de personas por atención	6	empleados
Días laborables al mes	22	
Total mensual	5280	Platos al mes

Elaborado por: La Autora

Obteniendo como resultado la cantidad de atenciones por mes siendo 5280 platos, con los cuales la empresa tendrá una demanda aceptable.

Cabe mencionar que para el cálculo de los ingresos se establecerá el precio de acuerdo a los costos de producción de cada plato, al estudio de mercado realizado a los ejecutivos del centro y norte de la ciudad, así como también de acuerdo al precio establecido por las empresas de catering como se detalla a continuación:

Tabla N° 37. Precio y costo por plato

Precio por plato	\$ 3,75
Costo por plato	\$ 2,52

Elaborado por: La Autora

Para determinar los ingresos mensuales y anuales se multiplico la cantidad por el precio por plato, aunque el valor es un promedio, pues se ofertarán una gran variedad de menús.

Tabla N° 38. Presupuesto de Ingresos

Descripción	Mensual	Anual
Volumen de Ingreso	\$19.800,00	\$237.600,00
TOTAL	\$19.800,00	\$237.600,00

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 39. Proyección de Ingresos

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	\$237.600	\$249.480	\$261.954	\$275.051	\$388.804

Elaborado por: La Autora

6.4 Proyección de costos

Los costos incluyen los sueldos del personal operativo, costos de materia prima y costos indirectos:

Tabla N° 40. Salarios de Operación

Descripción	Nominal	IESS	14 sueldo	13 sueldo	Vacaciones	Total unitario	Cantidad	Total mensual	Total anual
Jefe de Operaciones	\$ 750,00	\$ 84,38	\$ 28,33	\$ 62,50	\$ 31,25	\$ 956,46	1	\$ 956,46	\$11.477,50
Chef	\$ 650,00	\$ 73,13	\$ 28,33	\$ 54,17	\$ 27,08	\$ 832,71	1	\$ 832,71	\$ 9.992,50
Ayudantes de cocina	\$ 340,00	\$ 38,25	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 14,17	\$ 449,08	3	\$ 1.347,25	\$16.167,00
Total	\$1.740,00	\$195,75	\$ 85,00	\$145,00	\$ 72,50	\$ 2.238,25	5	\$ 3.136,42	\$37.637,00

Elaborado por: La Autora

Adicionalmente a los costos de mano de obra directa es necesario incluir los costos de materia prima que corresponden al valor calculado por plato en promedio para lo cual se ha realizado un cálculo de un total de 450 platos que corresponde a los lotes de producción y que se detalla en el anexo:

Tabla N° 41. Costos Directos de producción

	Cantidad	Valor
Valor calculado para 450 platos	450	\$1.048,00
Envases	1000	\$ 85,00
TOTAL		\$1.133,00
Valor por unidad =		\$ 2,52

Elaborado por: La Autora

Considerando adicionalmente los envases el costo unitario por plato será por tanto \$2,52.

Finalmente se considerarán los insumos de limpieza necesarios para la operación:

Tabla N° 42. Costos Indirectos

Descripción	Mensual	Anual
Insumos de Limpieza	\$64,82	\$777,84
TOTAL	\$64,82	\$777,84

Elaborado por: La Autora

Los costos de operación en los que incurrirá la empresa de Catering se pueden visualizar a continuación:

Tabla N° 43. Resumen de Costos

Descripción	Mensual	Anual
Salarios Operacionales	\$ 3.136,42	\$ 37.637,00
Costos directos	\$ 1.084,26	\$ 13.011,13
Costos indirectos	\$ 64,82	\$ 777,84
Total	\$ 4.285,50	\$ 51.495,97

Elaborado por: La Autora

6.5 Gastos administrativos

En este presupuesto se detallarán todos los gastos administrativos que incluyen gastos del personal administrativo y gastos generales de arriendo y servicios básicos.

Tabla N° 44. Gastos Administrativos

Descripción	Nominal	IESS	14 sueldo	13 sueldo	Vacaciones	Total unitario	Cantidad	Total mensual	Total anual
Gerente	\$ 850,00	\$ 95,63	\$ 28,33	\$ 70,83	\$ 35,42	\$ 1.080,21	1	\$ 1.080,21	\$12.962,50
Asistente Administrativa	\$ 340,00	\$ 38,25	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 14,17	\$ 449,08	1	\$ 449,08	\$ 5.389,00
Coordinador comercial y Marketing	\$ 550,00	\$ 61,88	\$ 28,33	\$ 45,83	\$ 22,92	\$ 708,96	1	\$ 708,96	\$ 8.507,50
Repartidores	\$ 340,00	\$ 38,25	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 14,17	\$ 449,08	2	\$ 898,17	\$10.778,00
Total	\$2.080,00	\$234,00	\$ 113,33	\$ 173,33	\$ 86,67	\$ 2.687,33	5	\$ 3.136,42	\$37.637,00

Elaborado por: La Autora

Gastos generales

Los requerimientos generales que se han establecido dentro del gasto administrativo están relacionados al arriendo y servicios básicos.

Tabla N° 45. Gastos Generales

Descripción	Mensual	Anual
Arriendo	\$550,00	\$6.600,00
Servicios Básicos	\$175,00	\$2.100,00
TOTAL	\$725,00	\$8.700,00

Elaborado por: La Autora

Resumen de gastos administrativos

En el resumen se detallarán los gastos administrativos:

Tabla N° 46. Resumen de Gastos Administrativos

Descripción	Mensual	Anual
Salarios Administrativos	\$3.136,42	\$37.637,00
Gastos Generales	\$ 725,00	\$ 8.700,00
Total	\$3.861,42	\$46.337,00

Elaborado por: La Autora

6.6 Gastos de venta

Los gastos de venta estarán relacionados con el combustible utilizado en el transporte para las ventas, la publicidad permanente que corresponderá a la página web, volantes, así como a los uniformes que serán provistos una vez por año y serán considerados la imagen corporativa.

Tabla N° 47. Gastos Generales de Ventas

Descripción	Mensual	Anual
Combustible	\$ 150,00	\$1.800,00
Publicidad	\$ 120,00	\$1.440,00
Uniformes		\$ 315,00
TOTAL	\$ 270,00	\$3.590,00

Elaborado por: La Autora

6.7 Gastos de depreciación de los activos

La depreciación de los activos fijos se ejecutará de acuerdo a la naturaleza de los bienes y la duración de la vida útil para que el gasto generado sea deducible haciendo uso de los porcentajes establecidos por el país.

- Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcasas y similares 5% anual.
- Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles de oficina 10% anual.
- Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil 20% anual.
- Equipos de cómputo y software 33% anual.

Los cuales se detallarán a continuación:

Tabla N° 48. Depreciación

Descripción	Depreciación	Valor inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Valor residual
Equipo de computación	0,33	\$ 3.120,00	\$ 1.040,00	\$ 1.040,00	\$ 1.040,00	\$ -	\$ -	\$ 0,00
Maquinaria y equipo de producción	0,10	\$ 5.782,00	\$ 578,20	\$ 578,20	\$ 578,20	\$ 578,20	\$ 578,20	\$ 2.891,00
Muebles y enseres administración	0,10	\$ 2.815,00	\$ 281,50	\$ 281,50	\$ 281,50	\$ 281,50	\$ 281,50	\$ 1.407,50
Vehículos	0,20	\$ 16.250,00	\$ 3.250,00	\$ 3.250,00	\$ 3.250,00	\$ 3.250,00	\$ 3.250,00	\$ -
Activos intangibles	0,20	\$ 5.980,00	\$ 1.196,00	\$ 1.196,00	\$ 1.196,00	\$ 1.196,00	\$ 1.196,00	\$ -
Total		\$ 33.947,00	\$ 6.345,70	\$ 6.345,70	\$ 6.345,70	\$ 5.305,70	\$ 5.305,70	\$ 4.298,50

Elaborado por: La Autora

6.8 Capital de trabajo

Dentro de la inversión inicial es necesario considerar también los desfases de caja que pudieran presentarse en el desarrollo del proyecto, esto corresponde al capital de trabajo, para lo cual se ha considerado un tiempo necesario para sostener los recursos líquidos para 2 meses, puesto que es un tiempo adecuado para poder lograr una demanda adecuada y sostener los costos debido a que los primeros meses solo algunas empresas contratarán y otras irán contratando en los siguientes meses.

Tabla N° 49. Capital de Trabajo

Descripción	Valor mensual	Valor 3 meses
Capital de trabajo Operativo	\$ 4.285,50	\$ 12.856,49
Capital de trabajo Administrativo	\$ 3.861,42	\$ 11.584,25
TOTAL	\$ 8.146,91	\$ 24.440,74

Elaborado por: La Autora

6.9 Estados Financieros

6.9.1 Estado de Pérdidas y Ganancias

Los estados financieros se detallarán a continuación:

Tabla N° 50. Estado de Pérdidas y Ganancias

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS OPERACIONALES					
Ventas	\$237.600,00	\$ 249.480,00	\$ 261.954,00	\$ 275.051,70	\$ 288.804,29
(-) Costos de ventas	\$159.667,20	\$ 167.650,56	\$ 176.033,09	\$ 184.834,74	\$ 194.076,48
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 77.932,80	\$ 81.829,44	\$ 85.920,91	\$ 90.216,96	\$ 94.727,81
Gastos operacionales					
(-) Gastos de Administración	\$ 46.337,00	\$ 48.653,85	\$ 51.086,54	\$ 53.640,87	\$ 56.322,91
(-) Gastos de ventas	\$ 3.590,00	\$ 3.769,50	\$ 3.957,98	\$ 4.155,87	\$ 4.363,67
UTILIDAD OPERACIÓN	\$ 28.005,80	\$ 29.406,09	\$ 30.876,39	\$ 32.420,21	\$ 34.041,22
(-) Gastos financieros	\$ 2.474,38	\$ 2.032,81	\$ 1.538,18	\$ 984,12	\$ 363,49
(-) Depreciación y amortizaciones	\$ 6.345,70	\$ 6.345,70	\$ 6.345,70	\$ 5.305,70	\$ 5.305,70
(=) UTILIDAD DE OPERACIÓN ANTES DE IMPUESTOS	\$ 19.185,72	\$ 21.027,58	\$ 22.992,52	\$ 26.130,40	\$ 28.372,04
(-) Participación a trabajadores (15%)	\$ 2.877,86	\$ 3.154,14	\$ 3.448,88	\$ 3.919,56	\$ 4.255,81
(=) Utilidad antes de impuesto a la renta	\$ 16.307,86	\$ 17.873,45	\$ 19.543,64	\$ 22.210,84	\$ 24.116,23
(-) Impuesto a la renta (22%)	\$ 3.587,73	\$ 3.932,16	\$ 4.299,60	\$ 4.886,38	\$ 5.305,57
(=) Utilidad neta	\$ 12.720,13	\$ 13.941,29	\$ 15.244,04	\$ 17.324,45	\$ 18.810,66

Elaborado por: La Autora

6.9.2 Flujo de Caja

En el flujo de caja se describirá la inversión inicial y la utilidad a partir del primer año, las depreciaciones y amortizaciones se debe sumar al valor calculado previamente puesto que este es un valor que no genera un desembolso y por tanto es parte de la caja de la empresa, por otra parte el pago del crédito deberá considerar las cuotas a pagar y no solamente los intereses o costos bancarios que se colocan en el estado de resultados. Por tanto se detallará a continuación el flujo de caja:

Tabla N° 51. Flujo de Caja

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión inicial	\$ 35.032,65					
Utilidad neta		\$ 12.720,13	\$ 13.941,29	\$15.244,04	\$ 17.324,45	\$18.810,66
+ Depreciaciones y amortizaciones		\$ 6.345,70	\$ 6.345,70	\$ 6.345,70	\$ 5.305,70	\$ 5.305,70
- Préstamo, amortización de la deuda		3675,23	\$ 4.116,81	\$ 4.442,60	\$ 5.165,50	\$ 5.786,13
Valor de desecho						\$ 4.298,50
Recuperación capital de trabajo						\$24.440,74
Flujo de caja	\$-35.032,65	\$ 15.390,60	\$ 16.170,18	\$11.871,37	\$ 17.464,66	\$47.069,48

Elaborado por: La Autora

6.10 Evaluación Financiera del Proyecto

Se ha considerado evaluar el proyecto a través de los principales indicadores como son el VAN (Valor Actual Neto), la TIR (Tasa interna de retorno) y el PRI (Período de recuperación del capital), estimadores principales que ofrecerán una clara evaluación del estudio de factibilidad del servicio de Catering.

6.10.1 Cálculo de la tasa de descuento TMAR

Para el cálculo del VAN es necesario determinar el valor presente de un número determinado de flujos futuros los cuales fueron originados por una inversión. En donde se debe descontar (con la tasa de oportunidad seleccionada) al momento actual las tasas de todos los flujos futuros del proyecto. A este valor se resta el valor inicial, obteniendo el valor del proyecto actual neto.

Para el cálculo de la TMAR se ha considerado la fórmula del WACC o CPPC (Costo promedio ponderado de capital) en base a los datos del proyecto y las tasas vigentes en Ecuador.

Tabla N° 52. Cálculo de la TMAR

Cálculo de la TMAR	
WACC	= K_e (% capital propio) + K_d (1 - T) (% deuda)
Ke =	13,5% Tasa de mercado o costo de oportunidad de los accionistas
Kd =	11,4% Tasa de interés bancario
% Cap. Propio =	60%
% deuda =	40%
T =	33,70% Tasa impositiva en el Ecuador
WACC	= 13,5% (0,6) + 11,4% (1 - 33,7%) (0,4%)
WACC	11,12%

Elaborado por: La Autora

Como se podrá observar se ha considerado una tasa de oportunidad de los accionistas o tasa del mercado de 13,5% que corresponde a la tasa actual promedio de rendimiento de las empresas que cotizan en la Bolsa de Valores de Guayaquil, mientras que las tasas de interés bancario se han dado previamente en un 11,4% y la tasa impositiva del Ecuador que es fija y corresponde a un 33,7%.

6.10.2 Valor Presente Neto

Con la tasa de oportunidad se determinará el VAN a través de los flujos de efectivo como se mostrará a continuación:

Tabla N° 53. Cálculo del VAN

Tasa de oportunidad =	11.12%	
Año	Flujo	Flujo descontado
0	\$(358.032,65)	\$(358.032,65)
1	\$15.390,60	\$15.390,60
2	\$16.170,18	\$16.170,18
3	\$16.978,30	\$16.978,30
4	\$17.464,66	\$17.464,66
5	\$47.069,48	\$47.069,48

Elaborado por: La Autora

Obteniendo como resultado un VAN:

VAN	\$ 78.040,02
------------	--------------

Como se observará, el VAN del proyecto tiene un valor positivo que implica que el proyecto es mayor a la TMAR y por lo tanto es rentable de acuerdo a las expectativas de los inversionistas, de modo que deberá ser aceptado y se podrá concluir firmemente que el proyecto es viable financieramente.

6.10.3 Tasa Interna de Retorno

El cálculo de la TIR se realiza mediante prueba y error, donde se desarrolla el cálculo del VAN para diferentes tasas de oportunidad hasta encontrar un valor que refleje un VAN de cero, de esa manera la tasa de oportunidad que alcanza un VAN de cero es la TIR. Para evitar un proceso demasiado largo de este cálculo se

determinará una tasa de oportunidad con la cual el VAN sea positivo y otra con la cual el VAN sea negativo y finalmente se realizará una interpolación con los resultados.

Se obtendrá como resultado:

TIR	45,21%
------------	--------

La tasa interna de retorno es 45,21% un valor bastante atractivo para el proyecto.

6.10.4 Periodo de Recuperación del capital (Payback)

El periodo de recuperación permitirá conocer cuando se recupera la inversión inicial, para esto se considerarán los flujos acumulados del proyecto, para establecer el periodo se realizará una interpolación con los datos como se muestra a continuación:

Tabla N° 54. Periodo de recuperación del capital

Año	Flujo descontado	Flujo acumulado
0	\$ (35.032,65)	\$ (35.032,65)
1	\$ 15.390,60	\$ (19.642,05)
2	\$ 16.170,18	\$ (3.471,86)
3	\$ 16.978,30	\$ 13.506,44
4	\$ 17.464,66	\$ 30.971,10
5	\$ 47.069,48	\$ 78.040,57

Elaborado por: La Autora

Interpolación = 2,21

Tiempo = 2,00 años 3 meses

Siendo un periodo aceptable de recuperación del capital.

6.11 Análisis de sensibilidad

Para realizar el análisis de sensibilidad se ha considerado además del escenario normal presentado, el escenario optimista y un pesimista, para ello se ha considerado una disminución de las ventas en un 5% como escenario pesimista y de igual manera se ha incrementado las ventas en un 5% como escenario optimista, para ver las variaciones que causa este incremento o disminución.

6.11.1 Evaluación financiera escenario optimista

Tabla N° 55. Flujo de Caja escenario optimista

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión inicial	33849.09					
Utilidad neta		8907.60	10651.78	12576.06	15388.65	17731.16
+ Depreciaciones y amortizaciones		6234.20	6234.20	6234.20	5194.20	5194.20
- Préstamo, amortización del capital		3540.67	3966.08	4442.60	4976.37	5574.28
Valor de rescate						4141.00
Recuperación capital de trabajo						22681.96
Flujo de caja	-33849.09	11601.13	12919.90	14367.66	15606.47	44174.04

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 56. Evaluación financiera escenario optimista

Tasa de oportunidad =		11.12%
------------------------------	--	---------------

Año	Flujo	Flujo descontado
\$0	-33849	-33849
\$1	11601	11601
\$2	12920	12920
\$3	14368	14368
\$4	15606	15606
\$5	44174	44174

VAN	\$ 64.820.11
------------	--------------

TIR	37.91%
------------	--------

Elaborado por: La Autora

Como se observa, el TIR se ha incrementado en alrededor de 7 puntos con un incremento del 5%

6.11.2 Evaluación financiera escenario pesimista

Tabla N° 57. Flujo de Caja escenario pesimista

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión inicial	33849.09					
Utilidad neta		4781.51	6113.08	7583.49	9896.83	11690.15
+ Depreciaciones y amortizaciones		6234.20	6234.20	6234.20	5194.20	5194.20
- Préstamo, amortización del capital		3540.67	3966.08	4442.60	4976.37	5574.28
Valor de rescate						4141.00
Recuperación capital de trabajo						22681.96
Flujo de caja	-33849.09	7475.04	8381.20	9375.09	10114.65	38133.03

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 58. Evaluación financiera escenario pesimista

Tasa de oportunidad =		11.12%
------------------------------	--	--------

Año	Flujo	Flujo descontado
\$0	-33849	-33849
\$1	7475	7475
\$2	8381	8381
\$3	9375	9375
\$4	10115	10115
\$5	38133	38133

VAN	\$ 39.629.93
------------	--------------

TIR	23.82%
------------	--------

Elaborado por: La Autora

Como se observa, el TIR ha disminuido en alrededor de 7 puntos con una disminución del 5%.

A continuación se presenta en análisis comparativo, donde se puede observar que el 5% de incremento o disminución de las ventas tiene un efecto, pero que en el caso pesimista no llega a disminuir la tasa de oportunidad inclusive.

Tabla N° 59. Evaluación financiera de escenarios pesimista y optimista

	VAN	TIR
Normal	\$52.225	30.9%
Pesimista (-5% ventas)	\$39.630	23.8%
Optimista (+5% ventas)	\$64.820	37.9%

Elaborado por: La Autora

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- ✓ El estudio de mercado ha permitido determinar que existe una demanda bastante alta para el tipo de servicio que se va a ofrecer, la cual no va a poder ser satisfecha por la empresa, sino solamente en un pequeño porcentaje, pero que a futuro podría expandirse, sin embargo lo más importante será satisfacer las expectativas de los clientes con la apreciación de un nuevo servicio.
- ✓ Dentro del estudio administrativo desarrollado se han considerado los requerimientos normativos para el desarrollo de la empresa y a su vez los requerimientos administrativos desde la definición de una filosofía empresarial, hasta los requerimientos de personal que será necesario para iniciar con la empresa.
- ✓ El estudio Técnico ha demostrado que existe la factibilidad técnica para la implementación del negocio considerando la ubicación, los requerimientos de mano de obra, de maquinaria e inversiones generales requeridas para la implementación.
- ✓ El estudio financiero siendo un marco de referencia para evaluar los criterios relacionados a la evaluación, ha demostrado que la implementación de la empresa, con una inversión total de \$54.192 de los cuales el 60% será aportado por los inversionistas y un 40% a través de financiamiento bancario, logrará finalmente, de acuerdo a los cálculos y sus respaldos respectivos, una rentabilidad de la inversión del 30,94% tasa bastante aceptable, muy superior a la tasa mínima seleccionada y por tanto el negocio es viable y conviene ponerlo en marcha.

Recomendaciones

- ✓ Se recomienda que el proyecto se lo desarrolle cumpliendo cada uno de los parámetros presentados en el presente análisis, pues de acuerdo a la propuesta presentada será posible alcanzar los resultados de rentabilidad indicados y si se logra incrementar las ventas esperadas, los resultados serán mejores aún.
- ✓ Es recomendable una vez iniciada la empresa considerar las herramientas aprendidas como la aplicación de la planificación estratégica, los análisis financieros permanentes y la aplicación de procedimientos que la empresa pueda seguir para garantizar la calidad del servicio.
- ✓ Se recomienda la implementación inmediata del presente proyecto, pues se ha observado en el estudio un incremento de la competencia directa e indirecta, por lo que conviene aplicarlo lo más pronto para poder expandirse y tener una fuerza necesaria en el mercado.

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía en Libros

Alcaraz, R. (2005), "El Emprendedor de éxito" "Guía de Planes de Negocios" 2 Edición, Mc. Graw Hill, México .D.F.

American Dietetic Association, (2009), "Position of the American Dietetic Association: Vegetarian diets." *J Am Diet Assoc.*

Araújo, Joaquin (2000), "Ecos... lógicos, para entender la Ecología". Editorial Maeva.

Ávila Macedo, Juan Jose (2003). Economía. México: Umbral Editorial, S.A de C.V.

Baca, G (1999). Evaluación de proyectos, Análisis y administración de riesgo (2 ed.), México; Mc Graw Hill.

CHIAVENATO, Idalberto (2001) Administración. El Proceso Administrativo. Mc Graw-Hill. Bogotá, Colombia.

Coloma, f. (1991). Evaluación social de proyectos de inversión. Asociación Internacional de Fomento- Bco. La Paz. Bolivia.

Congreso Nacional (1999). Ley de Compañías, R.O. 312 de 5 de noviembre de 1999.

Fleitman Jack (2000) Negocios Exitosos, Mc Graw Hill.

Fontaine, Ernesto R, (2003). "Evaluación Social de Proyectos", 12a Edición Editorial Alfa omega.

Galindo, J (2008), "Salvemos Nuestro Planeta". Lulu.com (ISBN: 978-1-8479963-4-3),

- Gallardo Juan (1998). Preparación y evaluación de proyectos .México McGraw Hill, 250 pp.
- Gallardo Juan (1998). Preparación y evaluación de proyectos .México McGraw Hill, 250 pp.
- García, Francisco (2003). Técnicas de servicio y atención al cliente, Cengage Learning
- Garrido Buj, S, (2000). de gestión de empresa. Editorial Universitas, S.A. Madrid, páginas: 91 – 107.
- González, D. (2008) “Plan de Negocios Para Emprendedores al Éxito. 1era. Edición, Editorial Mc Graw Hill.
- Heredia, R. (1995) "Dirección Integrada de Proyectos". Segunda Edición. Universidad Politécnica de Madrid).
- Hernández, A (2005). Formulación y Evaluación de proyectos de inversión (5° ed.) México: Thompson.
- Hernández, H, A & Hernández, V.A (2005). Formulación y Evaluación de proyectos de inversión 5° ed.), México: Thompson.
- Longenercher, Moore (2007) “Administración de Pequeñas Empresas” Enfoque Emprendedor, 13ª Edición Editorial Thomson. México .D.F.
- Nassir Sapag Chain - Reinaldo Sapag Chain, (2005). Preparación y Evaluación de Proyectos", Cuarta Edición, Editorial McGraw-Hill, Interamericana de Chile.
- Sánchez, I. R (2003) Enfoque económico social de evaluación de proyectos de inversión. Tesis doctoral en Ciencias Económica, CDICT, Universidad de la Habana).
- Sapag. N (2007). Proyectos de inversión, formulación y evaluación, México Pearson Educación.

Terragno, Danila y Lecuona, María Laura (1999) "Cómo armar un plan de negocios". Mercado, Editorial Coyuntura, Buenos Aires.

Terry, George R, (2007), Principios Administrativos. Compañía Editorial Continental, S.A. México.

Theford K, Raj S. A (2011), vegetarian diet for weight management. *J Am Diet Assoc.*

Van Horne James (2002), Fundamentos de administración financiera, México, Pearson Education (11 Ed) 743 pp.

Bibliografía en Sitios Web

El Comercio. (26-08-2011). Artículo: Guayaquil genera ingresos con el catering y las convenciones. Tomado de: http://www.elcomercio.com.ec/pais/Guayaquil-genera-ingresos-catering-convenciones_0_540546088.html

García Pastor Ignacio de la Vega. (2006). Plan de Negocio, director de desarrollo estratégico y del centro de creación de Empresas del Instituto de Empresas tomado de <http://www.ie.edu/es/business-school/>

http://issuu.com/publisenplades/docs/140210_dirempresas_final4

Municipio de Guayaquil. (2012). Tomado de: <http://www.guayaquil.gov.ec/>

Historia de la cocina gourmet. (2010). Tomado de: <http://www.historiacocina.com/gourmets/index.html>

- Servicio de Rentas Internas el Ecuador (2013). Requisitos para la obtención del RUC. Tomado de: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/home>

Anexos

Anexo 1. Encuesta

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Buenos días, el propósito de esta encuesta es identificar la factibilidad de creación de una empresa de servicio de catering (personalizado) en la ciudad de Guayaquil.

DATOS INFORMATIVOS

Edad _____

Género _____

Ocupación _____

1. Qué opina usted sobre los recursos alimenticios del Ecuador

Excelente () Muy Bueno () Bueno () Regular () Malo ()

2. ¿Se encuentra usted satisfecho con las opciones de alimentación y precios de este servicio en el sector?

Si () No ()

3. ¿Ha oído usted hablar del servicio de Catering express, a domicilio o alimentación industrial?

Si () No ()

4. ¿Si su respuesta es sí puede mencionar el nombre de 3 empresas dedicadas a esta actividad?

5. ¿Qué tipo de comida le gustaría que oferte una empresa que preste este tipo de servicio?

Mar () Típica () Internacional () Casera () Light () Otras ()

¿Cuáles?.....

6. ¿Contrataría usted o le gustaría que su empresa contrate el servicio de alimentación a domicilio, en el trabajo con platos variados y de calidad?

Si () No ()

Depende () (de qué depende).....

7. ¿Con qué frecuencia contrataría usted el servicio de alimentación que se está ofertando?

Diario () Semanal () Mensual () Otras ()

¿Cuáles?.....

8. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por un servicio de esta clase diariamente?

De 3 a 5 usd () De 5 a 7 usd () De 7 a 10 usd () Más de 10 usd ()

9. En la escala del 1 al 5 siendo 1 el más alto, identifique las características diferenciadoras que primen para usted al momento de elegir un producto o servicio.

Escalas					
Descripción	1	2	3	4	5
Calidad					
Puntualidad					
Servicio Personalizado					
Valor Nutricional					

10. ¿Le gustaría a usted que se brinde un servicio adicional con lo antes mencionado?

Postres () Platos a la carta () Promociones Mensuales () Otros ()

¿Cuáles?.....

11. ¿Le gustaría que la empresa diseñe paquetes especiales que le permitan escoger los servicios de acuerdo a sus necesidades mensualmente?

Si () No ()

12. ¿Cuál sería la manera más factible de contratar nuestros servicios y tomar su orden?

Internet () Vía Telefónica () Correo Electrónico () Personalmente () Física ()

Otra () ¿Cuáles?.....

13. ¿Le gustaría estar constantemente informado acerca de los nuevos productos de la empresa, precios, promociones, etc.?

Si () No ()

14. ¿Por medio de que modalidad le gustaría que llegue a usted esta información?

Internet () Vía Telefónica () Correo Electrónico () televisión () Radio ()

Otros ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

D

Anexo 2. Contrato de prestación de servicios de catering

CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS

Conste por el presente, el contrato de prestación de servicios que suscriben por una parte SERVICIOS DE CATERING EL BUEN SABOR, ubicado en Avenida Agustín Freire Icaza y Av. Isidro Ayora debidamente representada por Valeria Fernanda Bravo Pineda, con cédula de identidad 0927164145 quien en adelante se llamará LA PRESTADORA y, de la otra parte, Con cédula de identidad.....domiciliada en, en adelante LA USUARIA, en los términos y condiciones siguientes:

PRIMERO

LA PRESTADORA, es una empresa especializada en brindar servicios de catering (comida de acuerdo a lo convenido).

LA USUARIA, es una persona natural cuyo trabajo es provisión de catering.

SEGUNDO

El objeto del presente contrato es que LA PRESTADORA realice a favor de LA USUARIA el servicio específico siguiente:

Entregar en el lugar convenido (generalmente en la empresa) la cantidad convenida de platos de acuerdo al menú acordado y entregar en los envases seleccionados en las horas establecidas.

TERCERO

El presente contrato tendrá vigencia desde la fecha de suscripción hasta el de Del 2014

CUARTO

Las partes tienen las siguientes obligaciones principales:

LA PRESTADORA: está obligada a prestar el servicio en forma diligente, asumiendo respecto de esto, las responsabilidades laborales y tributarias que de dicha relación se deriven.

LA USUARIA, se compromete a cancelar el precio acordado por las partes en los montos y plazos estipulados en el presente contrato.

QUINTO

La contraprestación pactada de común acuerdo que LA USUARIA se compromete a pagar a LA PRESTADORA, es de..... Dólares), que se abonarán cada fin de

SEXTO

Queda establecido que si por cualquier motivo, LA USUARIA decidiera resolver el presente contrato, el importe a pagar no será abonado.

SÉPTIMO

El presente contrato quedará resuelto por cualquiera de las siguientes causas:

- Cualquiera de las partes podrá resolverlo sin expresión de causa. Para ello, bastará que comunique tal decisión por escrito con treinta (30) días de anticipación.
- Por mutuo acuerdo, mediante documento escrito entre las partes contratantes.
- Por incumplimiento de alguno o algunos de los términos y condiciones establecidos en el presente contrato.

OCTAVO

Para los efectos de cualquier comunicación que las partes deseen dirigirse, señalan como sus domicilios los consignados en la parte introductoria del presente documento, obligándose a notificar la una a la otra, cualquier variación de los mismos, con una anticipación de por lo menos quince (15) días hábiles.

Ambas partes declaran su conformidad con las cláusulas que anteceden, suscribiendo el presente documento, en tres ejemplares de igual tenor y valor.

Guayaquil a los..... días del mes..... del 2014

LA PRESTADORA

LA USUARIA

Anexo 3. Detalle de inversiones

Tabla N°60. Requerimiento de Muebles y Enseres

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Total
2	Mesas de preparación	\$ 160,00	\$ 320,00
8	Sillas	\$ 55,00	\$ 440,00
4	Escritorios	\$ 110,00	\$ 440,00
7	Uniformes	\$ 45,00	\$ 315,00
2	Archiveros	\$ 130,00	\$ 260,00
4	Lockers con cerradura	\$ 260,00	\$ 1.040,00
27	Total		\$ 2.815,00

Elaborado por: La Autora

Tabla N°61. Equipos de Computación

Cantidad	Detalle	Costo Unitario(\$)	Costo Total
1	Impresora	\$ 120,00	\$ 120,00
4	Computadoras	\$ 750,00	\$ 3000,00
5	Total		\$ 3120,00

Elaborado por: La Autora

Tabla N°62. Vehículos

Cantidad	Detalle	Costo Unitario	Costo Total
1	Camion	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00
1	Moto	\$ 1.250,00	\$ 1.250,00
2	Total		\$ 16.250,00

Elaborado por: La Autora

Tabla N°63. Requerimiento de Maquinaria y Equipo

Cantidad	Detalle	Costos	
		Costo Unitario(\$)	Costo Total
1	Cocina industrial	\$ 950,00	\$ 950,00
1	Horno	\$ 600,00	\$ 600,00
1	Plancha y freidora	\$ 320,00	\$ 320,00
2	Batidora eléctrica a mano	\$ 33,00	\$ 66,00
2	Licadoras	\$ 123,00	\$ 246,00
1	Microondas	\$ 160,00	\$ 160,00
1	Refrigerador	\$ 950,00	\$ 950,00
2	Enfriador vertical	\$ 850,00	\$ 1.700,00
1	Balanza	\$ 60,00	\$ 60,00
1	Extractor de jugo	\$ 220,00	\$ 220,00
1	Lavadero Industrial	\$ 150,00	\$ 150,00
1	Extractor de olores	\$ 360,00	\$ 360,00
15	Total		\$ 5.782,00

Elaborado por: La Autora

Tabla N°64. Requerimiento de Utensilios

Cantidad	Detalle	Costos	
		Costo Unitario(\$)	Costo Total
4	Bandejas	\$ 1,00	\$ 4,00
8	Vasos	\$ 0,50	\$ 4,00
2	Hielera	\$ 2,40	\$ 4,80
3	Jarra para agua	\$ 3,60	\$ 10,80
4	Baldes	\$ 1,60	\$ 6,40
2	Azucareras	\$ 2,50	\$ 5,00
2	Pimentero	\$ 1,50	\$ 3,00
2	Servilletero	\$ 1,60	\$ 3,20
3	Trinche	\$ 0,71	\$ 2,13
6	charoles	\$ 13,50	\$ 81,00
1	Pinza de hielo	\$ 1,60	\$ 1,60
3	Espátulas	\$ 3,20	\$ 9,60
3	Bowles de 22,9 cm	\$ 4,10	\$ 12,30
2	Bowles de 16,9 cm	\$ 3,10	\$ 6,20
2	Batidor de alambre manual	\$ 2,50	\$ 5,00

2	Cacerola de 4 lt.	\$ 13,00	\$ 26,00
2	Cacerola de 3 lt.	\$ 11,00	\$ 22,00
2	Cernidores de malla 10 cm.	\$ 2,20	\$ 4,40
1	Colador	\$ 12,00	\$ 12,00
2	Cucharas de palo	\$ 1,00	\$ 2,00
1	Cucharon 1/2 onzas	\$ 1,70	\$ 1,70
1	Cucharon 2 onzas	\$ 2,10	\$ 2,10
1	Cucharon 6 onzas	\$ 2,30	\$ 2,30
1	Juego de cuchillos	\$ 15,00	\$ 15,00
2	Jarra medidora	\$ 6,90	\$ 13,80
3	Jarra de plástico	\$ 3,00	\$ 9,00
2	Ollas aluminio 12 lt.	\$ 25,00	\$ 50,00
4	Ollas aluminio 6 lt.	\$ 16,00	\$ 64,00
2	Pelador	\$ 1,80	\$ 3,60
2	Rallador	\$ 6,50	\$ 13,00
2	Saleros	\$ 1,20	\$ 2,40
4	Tablas de picar	\$ 8,20	\$ 32,80
25	Total		\$ 435,13

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 65. Gastos Preoperacionales

Medio	Valor
Manual corporativo (logo, imagen)	\$ 850,00
Registro sanitario	\$ 60,00
Registro IEPI	\$ 140,00
PUBLICIDAD INICIAL	
Página web y posicionamiento	\$ 1.680,00
Material POP	\$ 550,00
Radio	\$ 1.500,00
Total	\$ 4.780,00

Elaborado por: La Autora

Tabla N°66. Resumen de activos fijos

Descripción	Valor	Total
Equipo de computación	\$ 3.120,00	\$ 3.120,00
Maquinaria y equipo de producción	\$ 5.782,00	\$ 5.782,00
Muebles y enseres administración	\$ 2.815,00	\$ 2.815,00
Vehículos	\$ 16.250,00	\$ 16.250,00
TOTAL		\$ 27.967,00

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 67. Activos intangibles

Descripción	Valor	TOTAL
Gastos preoperacionales	\$ 4.700,00	\$ 4.780,00
Gastos de abogado constitución	\$ 800,00	\$ 1.200,00
TOTAL		\$ 5.980,00

Elaborado por: La Autora

Anexo 4. Detalle de costos y gastos

Tabla N° 68. Requerimiento de insumos de limpieza

Cantidad	Detalle	Costos	
		Costo Unitario	Costo Total
4	Desinfectante (Unidad)	\$ 1,49	\$ 5,96
8	Ambientales (Unidad)	\$ 1,50	\$ 12,00
8	Lavaplatos (Unidad)	\$ 1,32	\$ 10,56
15	Esponjas (Unidad)	\$ 0,39	\$ 5,85
4	Fundas de Basura (Unidad)	\$ 0,60	\$ 2,40
3	Tachos de Basura (Unidad)	\$ 1,80	\$ 5,40
5	Guantes (Unidad)	\$ 0,75	\$ 3,75
2	Jabón líquido litro	\$ 2,25	\$ 4,50
12	Papel higiénico (unidad)	\$ 1,20	\$ 14,40
61	Total		\$ 64,82

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 69. Servicios básicos

Servicios básicos

Detalle	Valor
Agua	\$ 45,00
Luz	\$ 35,00
Teléfono	\$ 60,00
Internet	\$ 35,00
Total	\$ 175,00

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 70. Requerimiento de Materia Prima

Detalle	Peso	Cantidad	Valor Unitario	Costo Total
Carne	kg	20	5	100
Pollo	kg	15	6	90
Chanco	kg	10	8	80
Cilatro	Kg	10	0,5	5
Brócoli	kg	8	0,6	4,8
Col	kg	6	0,6	3,6
Lechuga	kg	4	0,6	2,4
Espinaca	kg	6	0,6	3,6
Aguacate	kg	7	1,2	8,4
Calabaza	kg	5	1,3	6,5
Aceite de oliva	Litro	4	3,5	14
Tomate	kg	10	1,2	12
Cebollas	Kg	10	1,2	12
Pimientos	Kg	25	1,3	32,5
Champiñones	Kg	25	1,7	42,5
Aceite Regular	Litro	7	2,5	17,5
Papa	Kg	25	0,6	15
Zanahoria	Kg	15	0,9	13,5
Arveja	Kg	7	2,5	17,5
Maíz Cocido	Kg	12	1,25	15
Rábano	Kg	5	1,2	6
Pepino	Kg	5	1,2	6
Pastas	Kg	8	1,6	12,8
Ajo	Kg	5	1,6	8
Yuca	Kg	11	1,2	13,2
Vinagre	Litro	6	0,7	4,2
Yogurt	Litro	6	1,4	8,4
Tortillas de maíz	Kg	15	1,45	21,75
Limón	Kg	6	1	6
Quesos	Kg	6	2,25	13,5
Huevos	Docena	8	1,5	12
Leche	Litro	9	0,6	5,4
Mora	Kg	12	1,5	18
Naranja	Kg	10	1,8	18
Frutilla	Kg	10	2,25	22,5

Naranja	Kg	10	2,25	22,5
Babaco	Unidad	9	1,25	11,25
Cebolla paiteña	Kg	13	1,2	15,6
Pimienta	Kg	5	1,5	7,5
Comino	Kg	5	1,6	8
Canela	Kg	5	3,5	17,5
Panela	Kg	5	1,7	8,5
Vainilla	Litro	4	0,6	2,4
Clavo de olor	Kg	4	1,7	6,8
Arroz	Quintal	2	45	90
Azúcar	Quintal	2	45	90
Achiote	Kilo	4	1,6	6,4
Harina de castilla	Quintal	2	45	90
Total				\$ 1.048,00

	Cantidad	Valor
Valor calculado para 450 platos	450	\$ 1.048
Envases	1000	85
TOTAL		\$ 1.133
Valor por unidad =		\$ 2,52