



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO DE TURISMO Y
HOTELERÍA ITHI**

CARRERA: Tecnólogo en Gastronomía

TEMA:

**"Estudio de viabilidad para la implementación de un
Catering en la ciudad de Babahoyo"**

Autor: Francisco Toro Coronado

Director: Lic. Jairo Aguilar

Quito - Ecuador

2013

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios, ya que ha sido quien me ha dado las habilidades, destrezas y gusto por la Gastronomía, siendo el proveedor de las herramientas necesarias para el desarrollo de dichas habilidades, confiando siempre en su bendición sé que vendrán más oportunidades y se abrirán puertas para seguir aprendiendo y tener aún más experiencia.

AGRADECIMIENTO

A mi madre, quien me ha brindado su apoyo incondicional y se ha esforzado por darme la educación y formación para ser un profesional y buen ser humano.

A mi esposa Mabel y mis amadas hijas Romina y Milena, quienes han sido una gran motivación y apoyo que Dios me ha dado para esforzarme cada día por amor a ellas.

DECLARACION DE AUTORIA

Yo, Francisco Toro Coronado declaro de forma verbal y escrita que este trabajo de monografía con tema: **"Estudio de viabilidad para la implementación de un Catering en la ciudad de Babahoyo"**, es de mi estricta autoría y autenticidad.

Responsabilizándome de los conceptos, propuestas y opiniones en el documento presentado.

Atentamente

Francisco Javier Toro

Quito, 24 de Abril del 2013

ACTA DE CESION DE DERECHOS DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA

En el presente documento consta la cesión de derechos de mi trabajo de fin de carrera en conformidad con las siguientes clausulas:

PRIMERO: El Licdo. Jairo Aguilar, por sus propios derechos, en calidad de tutor del trabajo de fin de carrera, y el Sr. Francisco Javier Toro, por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo de fin de carrera.

SEGUNDO:

UNO; Francisco Javier Toro, realizó el trabajo de fin de carrera titulado: **"Estudio de viabilidad para la implementación de un Catering en la ciudad de Babahoyo"**, para obtener el título de Gastronomía en el Instituto Tecnológico de Turismo y Hotelería Internacional "ITHI", bajo la tutoría de

DOS: Es política del Instituto Tecnológico de Turismo y Hotelería Internacional "ITHI", que los trabajos de fin de carrera se materialice, se difunda y se lo aplique en beneficio de la comunidad y de los estudiantes que

conforman el Instituto Tecnológico de Turismo y Hotelería Internacional "ITHI".

TERCERO: Comparecen, (nombre tutor) , en calidad de Tutor del trabajo de fin de carrera, y (nombre del estudiante), como autora del mismo, por medio del presente escrito, tiene a bien ceder de forma gratuita sus derechos en el trabajo de fin de carrera con título: **"Estudio de viabilidad para la implementación de un Catering en la ciudad de Babahoyo"**; y conceden autorización para que el Instituto Tecnológico de Turismo y Hotelería Internacional "ITHI", pueda utilizar este trabajo en beneficio de los estudiantes y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

CUARTA: las partes involucradas declaran que aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente Acta de Cesión de Derechos del Trabajo de Fin de Carrera.

ACTA DEL TUTOR

Lic. Jairo Aguilar

Certifica:

Haber revisado el presente trabajo de investigación, el mismo que se sujeta a los parámetros y normas institucionales y académicas del Instituto Tecnológico de Hotelería y Turismo Internacional ITHI, de la ciudad de Quito, por lo tanto autoriza su presentación final para los objetivos pertinentes.

Atentamente,

Lic. Jairo Aguilar
TUTOR DE TESIS

ÍNDICE

CAPÍTULO I	1
1.1 ÁMBITO PROBLEMÁTICO.....	13
1.1.1 Análisis Macro	13
1.1.2 Análisis Meso.....	14
1.1.3 Análisis Micro	14
1.2 ANÁLISIS DE PROBLEMAS	16
1.3 DEFINICIÓN DEL ÁRBOL DE OBJETIVOS.....	17
1.4 ANÁLISIS DE OBJETIVOS	18
OBJETIVO SUPERIOR.....	18
1.5 MARCO LÓGICO RESUMIDO	19
CAPÍTULO II.....	20
2.2 ANTECEDENTES.....	20
2.2 DATOS PRINCIPALES DEL CANTÓN BABAHoyo.....	21
2.3 GENERALIDADES DE LA CIUDAD DE BABAHoyo	23
2.3.1 Atractivos principales	24
2.3.2 El catering en la ciudad de Babahoyo	26
CAPÍTULO III.....	29
3.1 ESTUDIO DE MERCADO.....	29
3.2 IMPORTANCIA.....	29

3.3	DATOS IMPORTANTES.....	29
3.4	CÁLCULO DE LA MUESTRA.....	30
3.5	ENCUESTAS.....	31
3.5.1	FORMATO DE LA ENCUESTA.....	32
3.5.2	Tabulación y análisis de resultados.....	33
3.5.3	Análisis de la demanda.....	40
3.5.4	Análisis de la oferta (Implementación de la empresa de Cátering).....	41
3.5.5	Análisis de la competencia Directa.....	41
3.5.6	Análisis de la competencia indirecta.....	43
3.5.7	Cuadro comparativo de competencias.....	43
CAPITULO IV.....		44
4.1	PLAN DE MERCADEO.....	44
4.2	MISIÓN.....	44
4.3	VISIÓN.....	44
4.4	LAS "4 Ps".....	45
4.4.1	Producto.....	45
4.4.2	Precio.....	46
4.4.3	Plaza.....	48
4.4.4	Promoción.....	49

4.5	FODA DE LA EMPRESA DE CATERING.....	50
4.5.1	Matriz de aprovechamiento.....	51
CAPÍTULO V.....		52
5.1	ESTUDIO TÉCNICO.....	52
5.2	PRODUCTO.....	52
5.2.1	Planta de Producción.....	52
5.2.2	Bodega.....	53
5.2.3	Oficinas.....	55
5.2.4	Parqueadero.....	55
5.2.5	Área verde.....	56
5.2.6	Croquis de planta de producción.....	57
5.3	OFERTA GASTRONÓMICA Y LOGÍSTICA.....	58
5.3.1	Menús Completos.....	58
5.3.2	Bocaditos para Cocteles y Coffee Breaks.....	61
5.3.3	Opciones para almuerzos corporativos.....	62
5.3.4	Fotografías para montajes de eventos.....	64
5.4	PLAN DE RECURSOS HUMANOS.....	65
5.4.1	Organigrama Específico.....	65

CAPÍTULO VI	75
6.1 PLAN FINANCIERO	75
6.1.1 Presupuesto de Inversión Inicial.....	75
6.1.2 Proyección de Ventas.....	77
6.1.3 Proyección de Costos.....	78
6.1.4 Presupuesto de Gastos	79
6.1.5 Depreciaciones	79
6.1.6 Sueldos y beneficios.....	80
6.1.7 Flujo de Caja.....	80
6.1.8 Análisis Financiero de la Factibilidad del Proyecto.....	82
INVERSIÓN INICIAL.....	82
TIR Y VAN	82
CAPITULO VII.....	83
7.1 SEGURIDAD Y PLANES DE CONTINGENCIA	83
7.1.1 Personal de trabajo.....	83
7.1.2 Área de Cocina	83
7.1.3 Área de Bodega	84
7.1.4 Área de oficinas.....	84
7.1.5 Áreas verdes.....	85

CAPÍTULO VIII.....	86
7.1 CONCLUSIONES.....	86
7.2 RECOMENDACIONES	87
ANEXO 1	88
ANEXO 2	89
Bibliografía.....	90

CAPÍTULO I

1.1 ÁMBITO PROBLEMÁTICO

En la ciudad de Babahoyo existen pocas empresas de catering que presten un buen servicio y producto de calidad, existen dos o tres que lo hacen de manera muy simple y esquematizada en cuanto a: montaje del evento, platos, estilos de menús, etc., en conclusión es un mercado mal atendido y dispuesto a pagar por un servicio con alto nivel de calidad, el cual esta propuesta tiene la capacidad de ofertar.

1.1.1 Análisis Macro

(<http://es.wikipedia.org/wiki/Catering>WIKIPEDIA, 2012) Se denomina **catering** o **cáterin**, en su grafía castellanizada, al servicio de alimentación institucional o alimentación colectiva que provee una cantidad determinada de comida y bebida en fiestas, eventos y presentaciones de diversa índole.

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

Tanto en las reuniones importantes del mundo empresarial como en las presentaciones de espectáculos o en las *vernissages* de las exposiciones plásticas, se recurre al servicio de catering para agasajar a los invitados."

1.1.2 Análisis Meso

Tanto en Alemania como en los Estados Unidos y aquí en el Ecuador llegó esta novedosa modalidad del catering para implementarlo en las aerolíneas existentes. El factor equivalente fue que en varios países incluyendo Ecuador, el catering evolucionó, no solamente como catering aéreo sino que también se desarrolló para empresas que querían encontrar solución a la problemática de sus empleados, del no poder encontrar lugares o empresas que les pudieran brindar un buen servicio de alimentación con atención *person to person*, tomando en cuenta los factores higiene, calidad y cantidad.

(<http://www.historiacocina.com/gourmets/index.htm>NACIMIENTO DEL CATERING).

En nuestro país se encuentran empresas especializadas en catering, no solamente para instituciones, sino también para ocasiones extras, como lo son, eventos familiares, reuniones de negocios, etc.

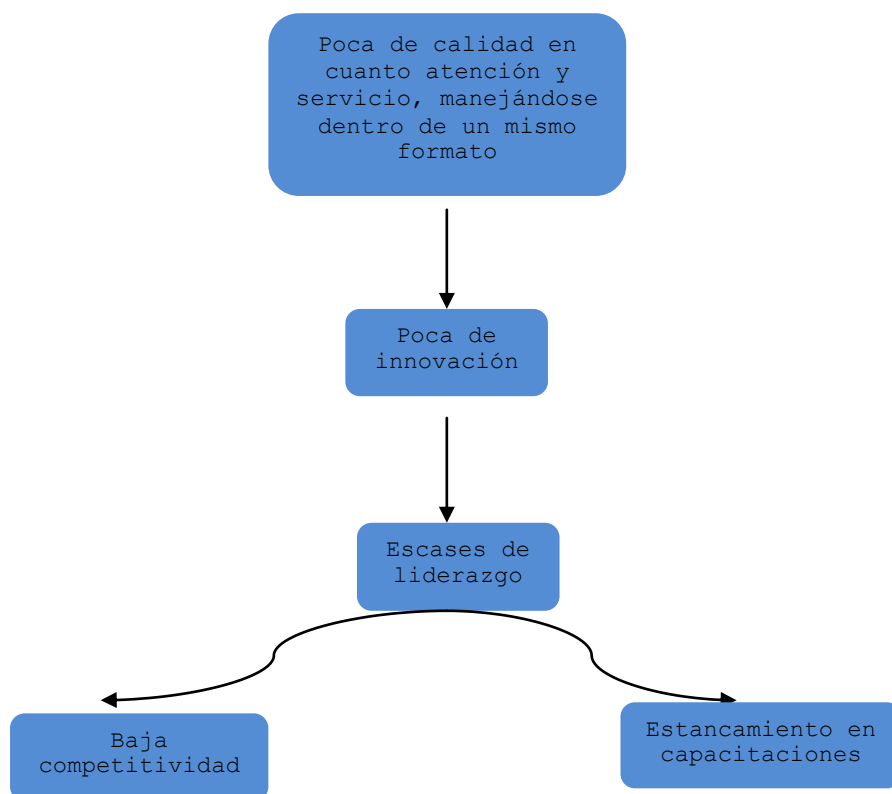
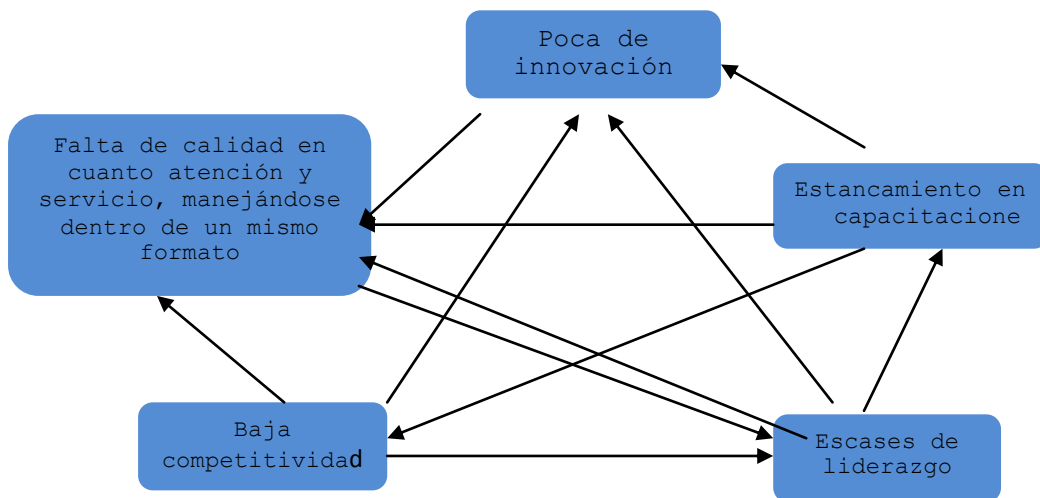
1.1.3 Análisis Micro

En la ciudad de Babahoyo-Prov. Los Ríos, se destacan dos o tres empresas de catering que se dedican a la prestación de

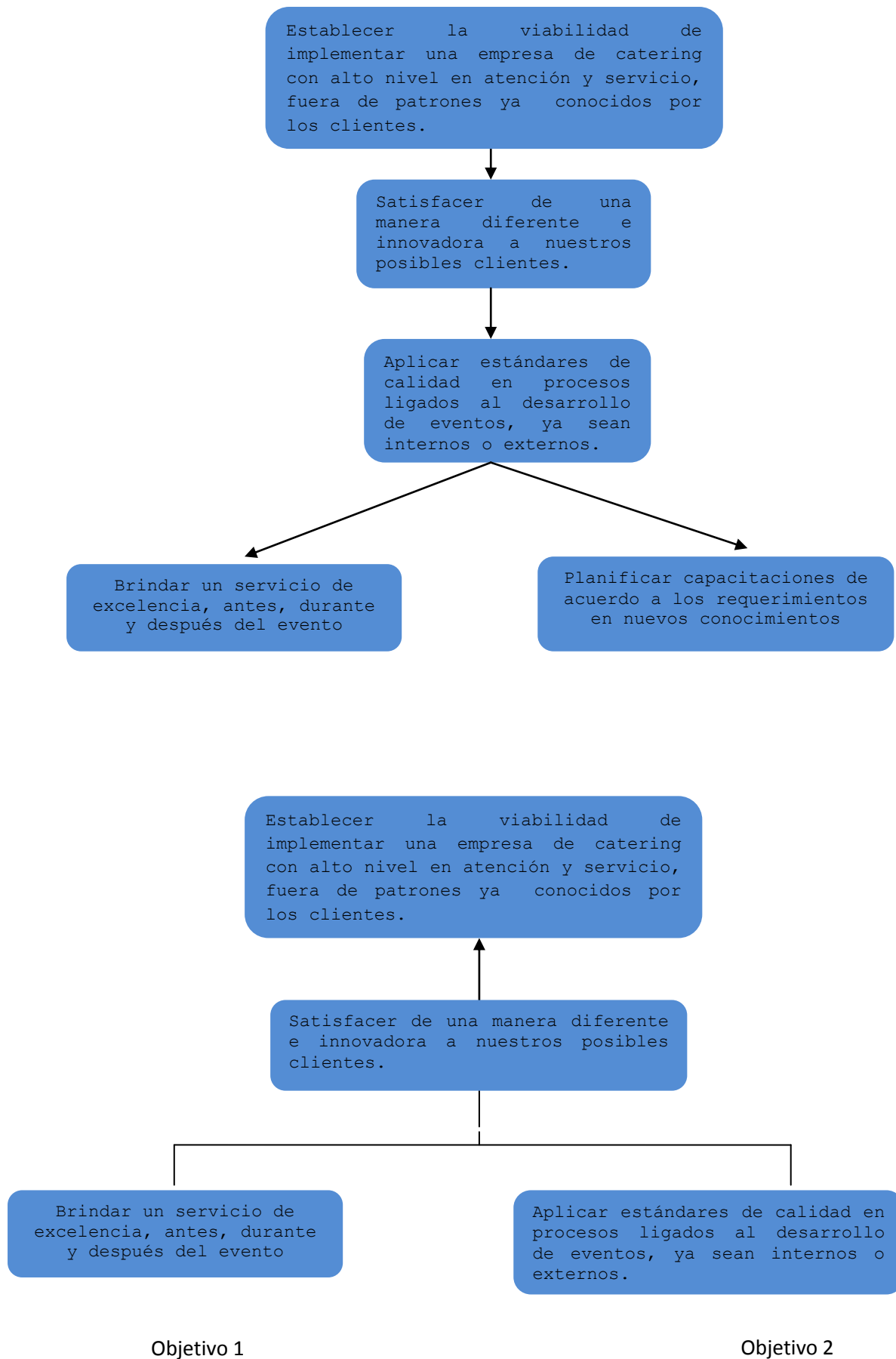
servicios para eventos sociales como: Jhonny eventos, Marisquería Don Guido, las cuales son más conocidas en el sector, las dos mencionadas trabajan dentro de un mismo lineamiento o esquema establecido en cuanto a: montajes, menús, tipo de servicio y calidad en el mismo. Mediante este estudio se verificará la viabilidad de implementar una empresa de Catering con un enfoque diferente e innovador, buscando siempre la satisfacción de quienes requieran este servicio.

ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS GRUPOS	INTERESES EN LA INVESTIGACIÓN	PROBLEMAS PERCIBIDOS	RECURSOS Y MANDATOS
Clientes	Obtener un buen servicio	Falta de calidad en cuanto a atención y servicio, manejándose dentro de un mismo formato	Recibir un servicio de calidad
Dueños	Aumentar ingresos	Escasa innovación	Basarse en estándares de calidad
Empleados de empresas de catering	Mayor oportunidad de trabajo	Estancamiento en capacitaciones	Mayor aprendizaje
Competencia	Mayor competitividad	Baja competitividad	Tomar en cuenta fortalezas de mi competencia

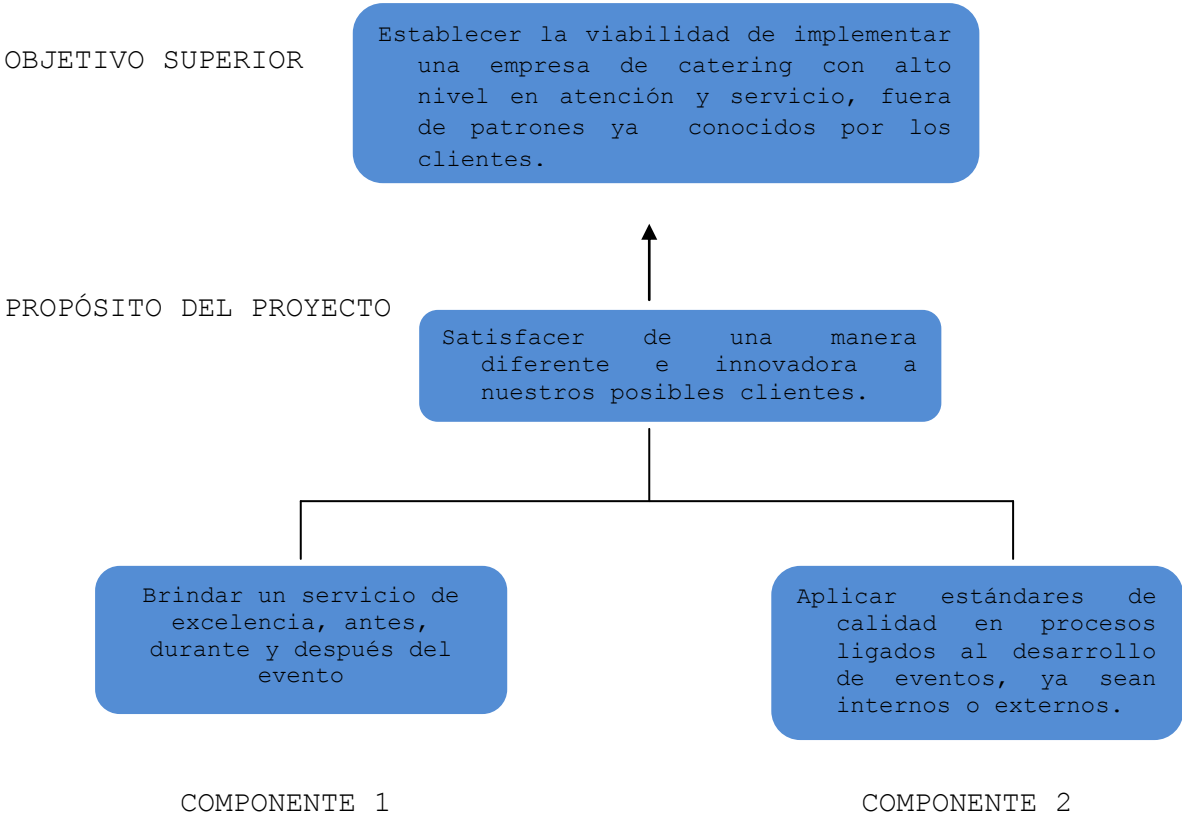
1.2 ANÁLISIS DE PROBLEMAS



1.3 DEFINICIÓN DEL ÁRBOL DE OBJETIVOS



1.4 ANÁLISIS DE OBJETIVOS

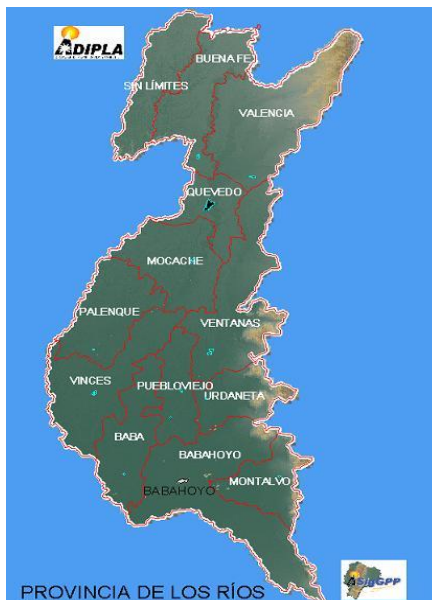


1.5 MARCO LÓGICO RESUMIDO

	Resumen narrativo	Indicadores	Verificadores
FIN	Establecer la viabilidad de implementar una empresa de catering con alto nivel en atención y servicio, fuera de patrones ya conocidos por los clientes como: menús, motajes, decoración, etc.	Mejorar los niveles de atención y servicio.	Resultados obtenidos en encuestas que indicarán parámetros de satisfacción de los clientes.
PROPÓSITO	Satisfacer de una manera diferente e innovadora a posibles clientes	Cumplir las metas establecidas en el desarrollo del proyecto	-En el campo de trabajo -Encuestas a clientes directos o relacionados
COMPONENTES	- Brindar un servicio de calidad antes, durante y después del evento. - Aplicar estándares de calidad en procesos ligados al desarrollo de eventos, ya sean internos o externos.	- Clientes - Trabajadores - Sociedad	-En el campo de trabajo

CAPÍTULO II

2.2 ANTECEDENTES



*Foto 1: www.mapas.owje.com
Mapa de la provincia de los Ríos*

Los Ríos, oficialmente Provincia de Los Ríos, es una de las 24 provincias de la República del Ecuador, localizada en la región litoral del país. Su capital es la ciudad de Babahoyo y su localidad más poblada es la ciudad de Quevedo. Es uno de los más importantes centros agrícolas del Ecuador. Según datos del INEC con sus 778. 115 habitantes, Los Ríos es la cuarta provincia más poblada del país, debido principalmente al reciente desarrollo de la industria.

Su territorio está ubicado en la parte central del litoral del país y limita con las provincias de Guayas, Santo Domingo de los Tsáchilas, Manabí, Cotopaxi y Bolívar

Los Ríos se divide en 13 cantones:

Cuadro 1: División de los cantones de la Prov. de los Ríos.

	Cantón	Pob.	Área	Cabecera Cantonal
	Baba	39.681	516	Baba
	Babahoyo	153.776	1.076	Babahoyo
	Buena Fe	63.148	569	Buena Fe
	Mocache	38.392	562	Mocache
	Montalvo	24.164	362	Montalvo
	Palenque	22.320	570	Palenque
	Pueblo Viejo	36.477	336	Pueblo Viejo
	Quevedo	173.575	303	Quevedo
	Quinsaloma	16.476	280	Quinsaloma
	Urdaneta	29.263	377	Catarama
	Valencia	42.556	707	Valencia
	Ventanas	66.551	282	Ventanas
	Vinces	71.736	693	Vinces

Fuente: http://es.wikipedia.org/wiki/Provincia_de_Los_Ríos

2.2 DATOS PRINCIPALES DEL CANTÓN BABAHOYO



Foto 2: <http://www.viajandox.com/losrios/babahoyo-canton.htm>
Mapa del Cantón Babahoyo

" (PAGINA WEB CANTÓN BABAHOYO) "

Cabecera Cantonal: Ciudad de Babahoyo

Parroquias urbanas: (4) Clemente Baquerizo, Dr. Camilo

Ponce, Barreiro y El Salto

Parroquias rurales: (4) Caracol, Febres-Cordero, Pimocha y La Unión

Población: 150.000 habitantes.

Altura: 8 metros a nivel del mar

Límites: Norte: Cantones Pueblo Viejo y

Urdaneta Sur: Provincia del Guayas Este: Cantón Montalvo y la Provincia de Bolívar Oeste: Provincia del Guayas y cantón Baba.

Relieve: Su terreno es plano con pocas elevaciones o lomas sin mucha altura.

Clima: Cálido - lluvioso con una temperatura promedio anual de 24 °C.

Hidrografía: En el cantón encontramos un gran número de ríos entre los principales están los ríos: San Pablo, Caracol, Babahoyo que vierten sus aguas en el río Guayas.

Recursos económicos: Los cultivos más importantes son: café, cacao, arroz, soya, Banano, azúcar, plátanos, mangos, aguacate. Los recursos forestales son de gran importancia ya que se explotan maderas como la caoba y el cedro para fines industriales tanto en la fabricación de muebles como en la construcción.

Comunicación: Babahoyo está ubicado en un eje vial estratégico y de primer orden, puesto que está en la ruta

Guayaquil- Quito y hacia la sierra centro-norte por Guaranda”

2.3 GENERALIDADES DE LA CIUDAD DE BABAHOYO (Cabecera cantonal)



*Foto 3: <http://www.viajandox.com/losrios/babahoyo-canton.htm>
Ciudad de Babahoyo*

La ciudad tiene una población de 90.191 habitantes según los datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, censo 2010. La actividad principal de la ciudad es el comercio de: ropa, electrodomésticos, calzado, etc., además de negocios de comida formal e informal durante todo el día.

Cuenta con todos los servicios de infraestructura y la mayor parte del equipamiento comunitario de la ciudad. Babahoyo se ha convertido en los últimos tiempos en el centro para la cristalización de importantes negocios y apertura de grandes empresas

Antecedentes

Por mucho tiempo se llamó Bodegas, por haber estado allí ubicadas la Aduana y los Almacenes Reales, para el control del comercio entre Guayaquil y las ciudades de la Sierra ecuatoriana. El 30 de marzo de 1867 la ciudad de Babahoyo fue azotada por muchos incendios, que arrasó con todos los bienes de la población, por lo que el gobernador de la ciudad resolvió el traslado al lugar que ocupa actualmente. Fue fundada el 27 de mayo de 1869 (decreto legislativo) frente a la confluencia de los ríos Babahoyo y Caracol, se estableció en la margen derecha del río San Pablo.

2.3.1 Atractivos principales

Parque 24 de Mayo

Brinda un ambiente acogedor para disfrutar sanamente en familia, sus espacios dan total confianza y seguridad, rodeado de áreas verdes, pérgolas y en su parte central una pileta. El parque 24 de Mayo, rodeado de bellos jardines y la fachada de la Catedral, que tiene un mural gigante de la Virgen María realizado con mosaicos. Este parque se encuentra ubicado en el centro de la ciudad.

Iglesia Central La Catedral

Considerada como una de las imágenes representativas de la ciudad, en la que se encuentra la imagen de la Virgen de La Mercedes. La Iglesia Catedral exhibe en su fachada un gigante mural de mosaicos de la imagen de la Virgen Madre, su construcción empezó en el año de 1957 y concluyó en 1963 año en que se oficio la primera misa.

El Malecón

Está ubicado a las orillas del casco de la ciudad, el malecón consta de cinco Sectores, cuenta con cuatro locales de comidas rápidas y juegos infantiles, por demás existe un puente peatonal que une a la ciudad con la parroquia el salto

Se puede encontrar también el "Parque el Paseo", una área de paseo arborizado, manteniéndose la vegetación existente, en este sector existe otra zona de locales de comida que en número de cuatro son para la venta de comida rápida, Barco hecho a base de mosaico de cerámica ubicado al finalizar el Malecón de la ciudad, cuenta con un restaurante de comida típica y una cafetería, Monumento hacia la ciudad en 3 placas relatando la historia de Babahoyo hecho con vidrios y sostenido de mosaicos de piedra, acompañada con varias fuentes de agua hacen el malecón un precioso lugar que conjuga todos los elementos de la naturaleza con los elementos de la vida moderna.

Centro Comercial El Río

Es un área de comercio, con 18 locales destinados para la venta de un sin número de mercaderías y variedades.

Río Babahoyo

Atractivo natural que tiene mucha historia, en la actualidad existen viviendas flotantes asentadas en su superficie. En tiempos de antaño era de lo más normal ver embarcaciones navegar a diario ya sea por comercio, necesidad y por turismo, este es uno de los puntos que desea rescatar el cantón, el Río Babahoyo y convertirlo en un gran medio de comunicación interprovincial como lo fue antes, está rodeada por dos ríos, el río San Pablo y el Catarama, que se unen formando el río Babahoyo, el cual a su vez fluye hacia el Río Guayas, terminando finalmente en el océano. (CANTON BABAHOYO)

2.3.2 El catering en la ciudad de Babahoyo

Previamente se conceptualizó al catering como el servicio de alimentación institucional o alimentación colectiva que provee una cantidad determinada de comida, bebidas, decoraciones y logística en general para fiestas, eventos y presentaciones de diversa índole.

En el país se pueden encontrar empresas especializadas en catering, no solamente para empresas, sino también para ocasiones extras, como lo son, eventos familiares, reuniones de negocios, etc.

En lo que respecta a la ciudad de Babahoyo, esta ha tenido un gran desarrollo en los últimos años tanto como sociedad e infraestructura en general. En cuanto a empresas que presten servicios de banquetes se destacan dos o tres, que se dedican atender eventos sociales dentro de un mismo lineamiento o esquema establecido en cuanto a: montajes, menús, tipo de servicio y calidad en el mismo. Mediante este estudio se verificará la viabilidad de implementar una empresa de Catering con un enfoque diferente e innovador, buscando siempre la satisfacción de quienes requieran este servicio.

A continuación se realizará el siguiente cuadro comparativo con la finalidad de tener una visión más clara de la situación de las empresas de catering existentes en Babahoyo.

En general estas principales empresas tienen el mismo lineamiento para menús, servicio, decoración, etc., además las personas que solicitan este servicio ya están acostumbradas a recibir lo mismo, sin embargo, existe cierto sector que ha disfrutado de un banquete de excelencia pero en la ciudad más cercana como lo es Guayaquil, para lo cual se pretende introducir una nueva tendencia en servicio, alimentos, decoración, etc.

CAPÍTULO III

3.1 ESTUDIO DE MERCADO

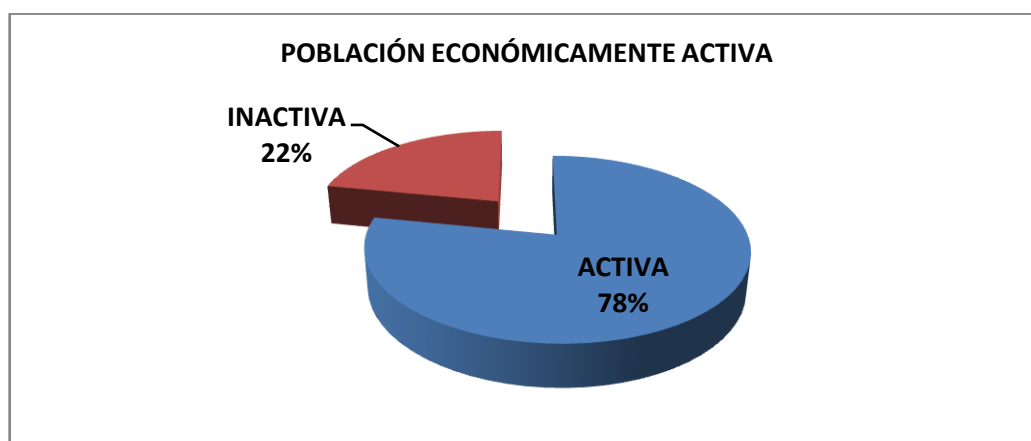
En este capítulo se analizará el proceso de recolectar, analizar e interpretar datos estadísticos que dan información sobre consumidores y competidores con el fin de estimar la demanda y preferencias de un producto.

3.2 IMPORTANCIA

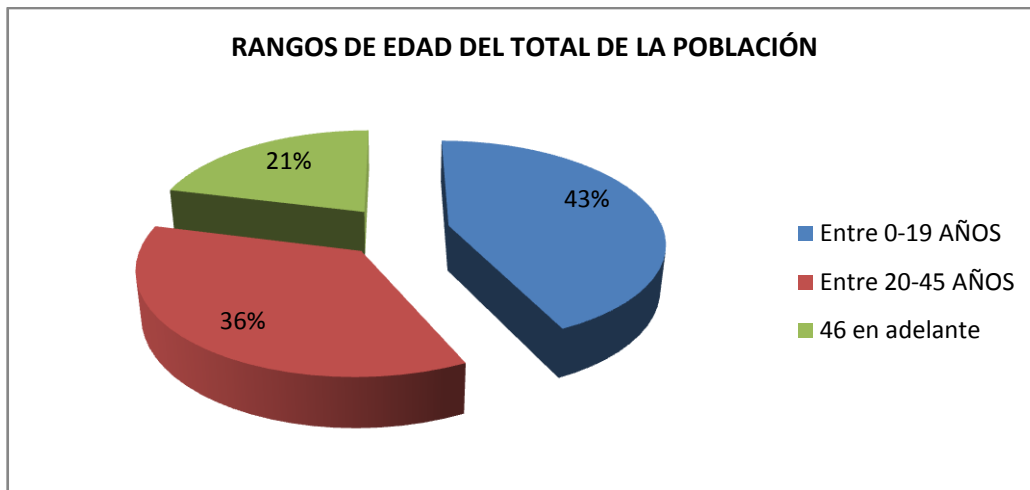
Mediante el cálculo de la muestra se establece el mercado al cual dirigirse de acuerdo a indicadores como edad, ocupación etc., obteniendo datos importantes de las preferencias de los consumidores.

3.3 DATOS IMPORTANTES

Población total de la ciudad de Babahoyo: 90191 personas

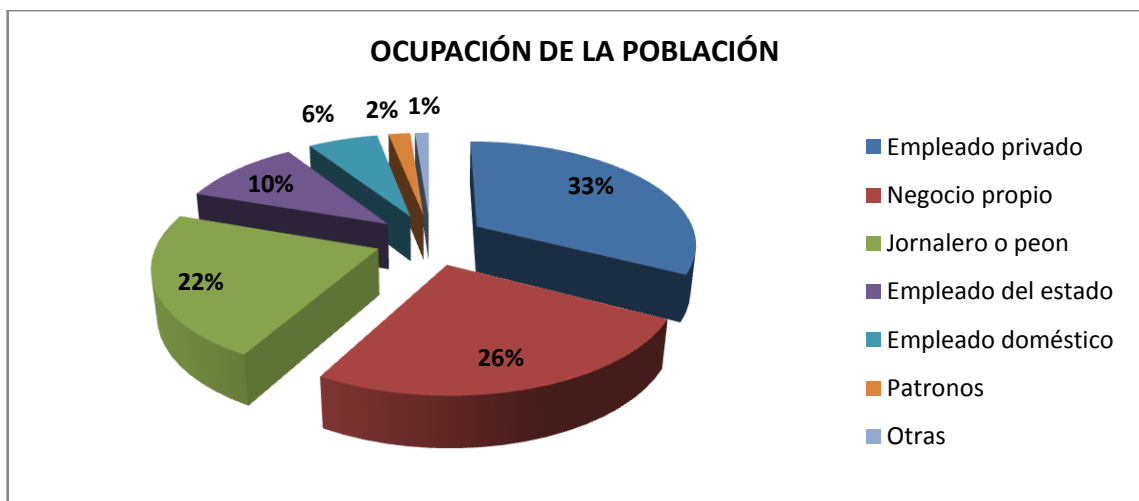


*Elaboración: TORO, Francisco. 2012
Fuente: INEC 2010*



Elaboración: TORO, Francisco. 2012

Fuente: INEC 2010



Elaboración: TORO, Francisco. 2012

Fuente: INEC 2010

3.4 CÁLCULO DE LA MUESTRA

$$n = \frac{N \cdot pq}{(N - 1) \left(\frac{E}{K} \right)^2 + pq}$$

$$n = \frac{90191 \cdot 0,25}{(90191 - 1) \left(\frac{0,04}{2} \right)^2 + 0,25}$$

$$n = \frac{22547,75}{36,326}$$

n= muestra

N= población

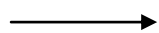
p= variable positiva

q= variable negativa

E= máximo error admisible

K= constante de corrección de error

MUESTRA



$n = 621$

3.5 ENCUESTAS

Las encuestas fueron realizadas a los pobladores y trabajadores de las principales empresas de la ciudad de Babahoyo. El formato de las preguntas y los resultados obtenidos de un total de 621 encuestados de acuerdo a la muestra obtenida son los siguientes:

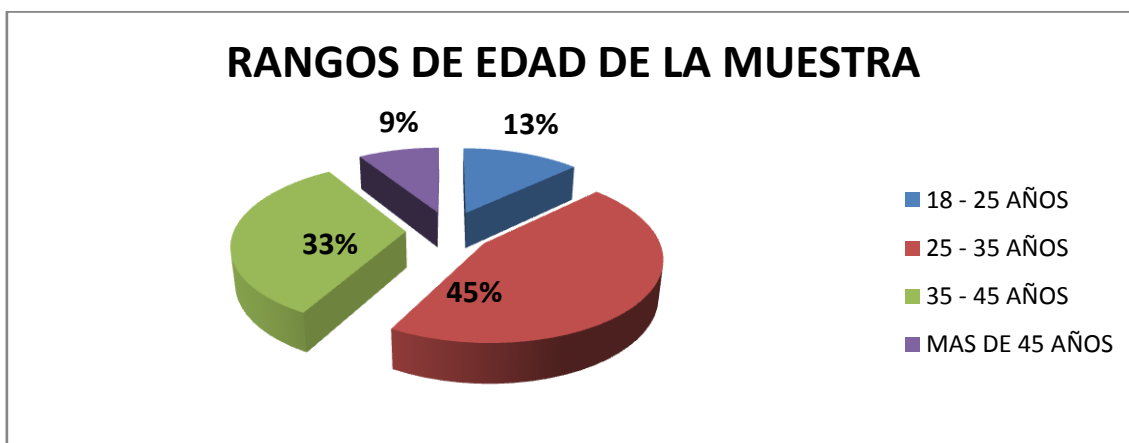
3.5.1 FORMATO DE LA ENCUESTA

Cuadro 2: Presentación del formato de la encuesta

1.	¿Sabe usted lo que es una empresa de catering?			
	SI ____		NO ____	
2.	¿Cuántas empresas conoce que brinde servicios de banquetes? Mencione el nombre			
	UNA ____	DOS ____	MAS DE DOS ____	
3.	¿Ha contratado alguna vez un servicio de banquetes?			
	SI ____		NO ____	
4.	¿Con qué frecuencia al año solicita un servicio de banquetes?			
	UNA ____	DOS ____	TRES ____	MAS DE TRES ____
5.	¿Cuánto aproximadamente pagó por el servicio?			
	Entre \$15 y \$20 ____			
	Entre \$20 y \$25 ____			
	Entre \$25 y \$30 ____			
	Más de \$30 ____			
6.	¿De acuerdo a su experiencia, cómo califica la atención o servicio de dicha empresa? Entre un rango de 1 (como regular) y 5 (como excelente)			
	1 ____	2 ____	3 ____	4 ____ 5 ____
7.	¿De acuerdo a su experiencia, cómo califica el sabor de los alimentos de dicha empresa? Entre un rango de 1 (como regular) y 5 (como excelente)			
	1 ____	2 ____	3 ____	4 ____ 5 ____
8.	¿Considera interesante la implementación de una nueva empresa de catering en la ciudad?			
	SI ____		NO ____	
9.	En caso de responder SI a la pregunta anterior. ¿Qué indicadores valoraría o buscaría en una nueva empresa de catering? Puede elegir una o más.			
	Calidad ____	Innovación ____	Cantidad ____	Precios ____
	Sabor ____	Decoración ____	Servicio ____	
10.	¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio completo, novedoso y de excelente calidad?			
	Entre \$25-\$30 ____	Entre \$30-\$35 ____		
	Entre \$35-\$40 ____	Más de \$40 ____		

3.5.2 Tabulación y análisis de resultados

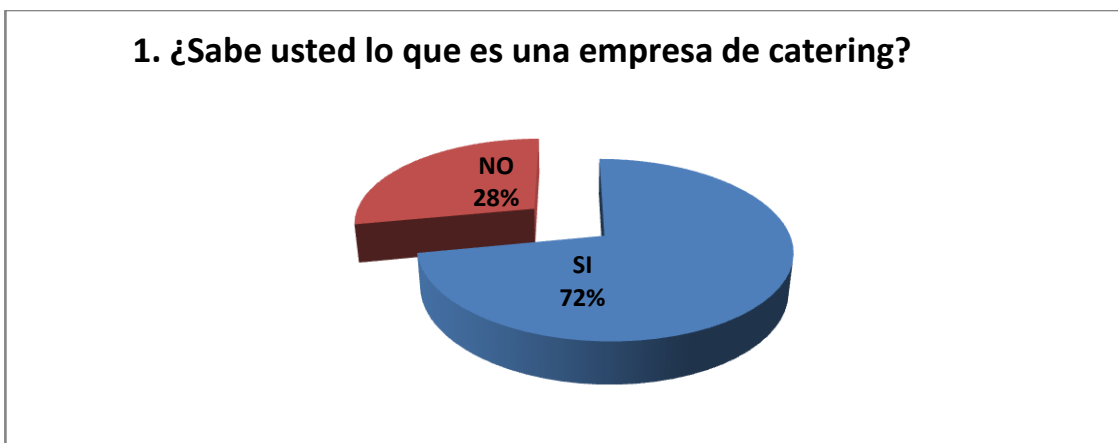
De un total de 621 encuestados el rango de edad es el siguiente:



Elaboración: TORO, Francisco. 2012

Fuente: Datos de la encuesta realizada

PREGUNTAS

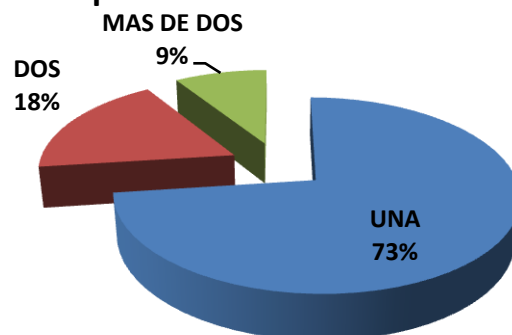


Elaboración: TORO, Francisco. 2012

Fuente: Datos de la encuesta realizada

El 72% de los encuestados tienen conocimiento de lo que se trata una empresa de cáterin, mientras que el 28% no sabe o no tiene claro de que se trata.

2. ¿Cuántas empresas conoce que brinde servicios de banquetes? Mencione el nombre

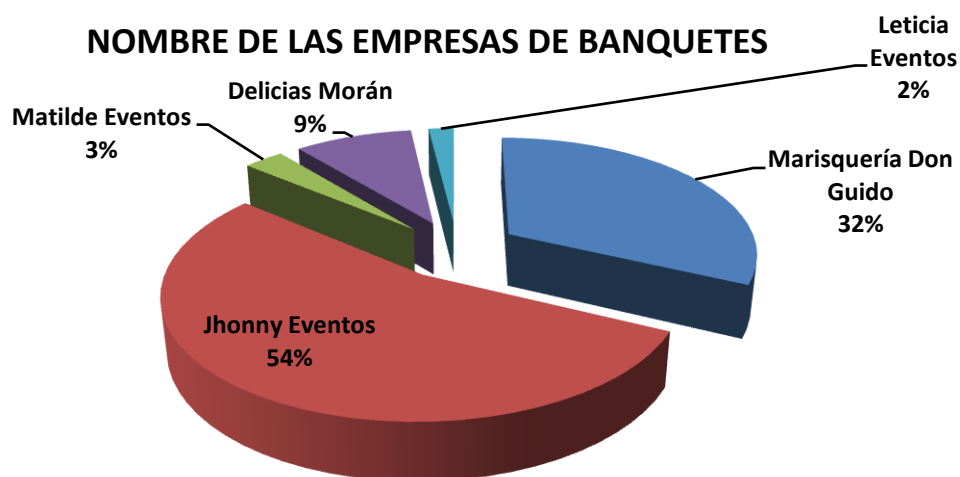


Elaboración: TORO, Francisco. 2012

Fuente: Datos de la encuesta realizada

El 73% de la población identifica una empresa de servicios de banquetes, el 18% identifica dos empresas y la diferencia del 9% identifica más de dos, lo cual nos indica que más de la mitad sabe o tiene claro de lo que se trata este servicio.

NOMBRE DE LAS EMPRESAS DE BANQUETES

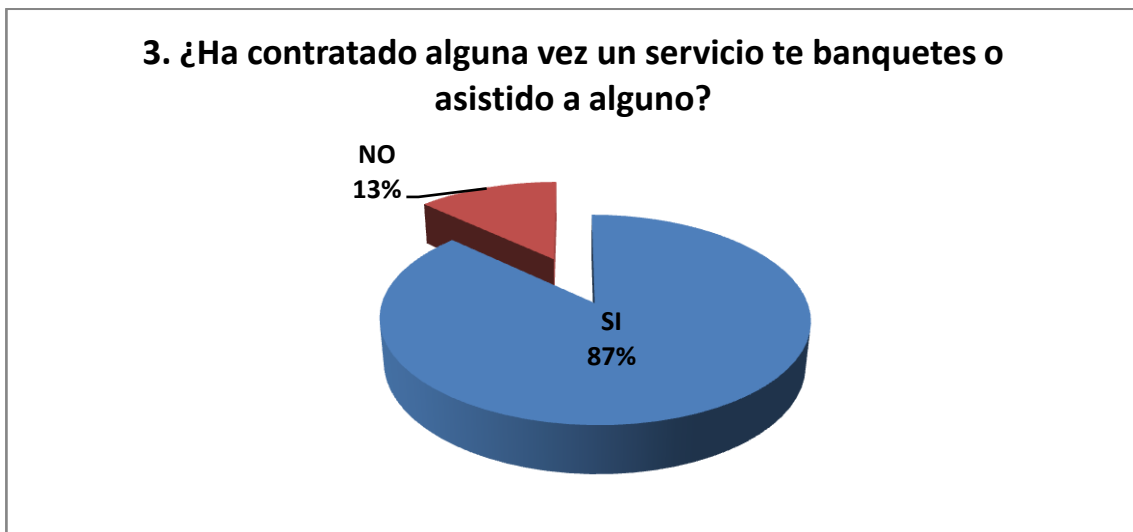


Elaboración: TORO, Francisco. 2012

Fuente: Datos de la encuesta realizada

Más de la mitad de la población menciona el nombre de Jhonny eventos correspondientes al 54%, mientras que el 32%

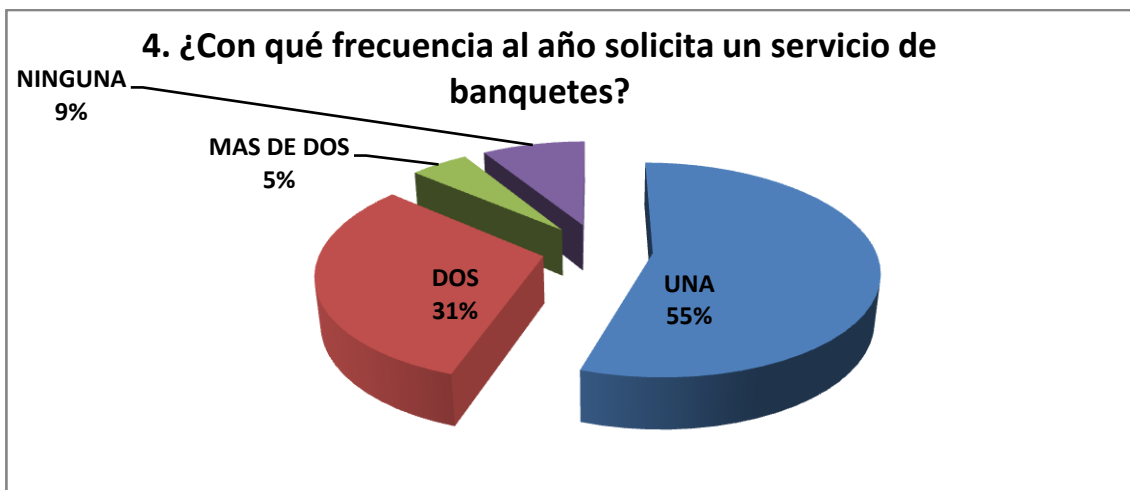
identifica a Marisquería Don Guido y la diferencia del 14% corresponde a tres empresas distintas, siendo Delicias Morán la que ocupa un 9%. Mediante este resultado se puede plantear como objetivo de análisis principal a Jhonny eventos como principal competidor.



Elaboración: TORO, Francisco. 2012

Fuente: Datos de la encuesta realizada

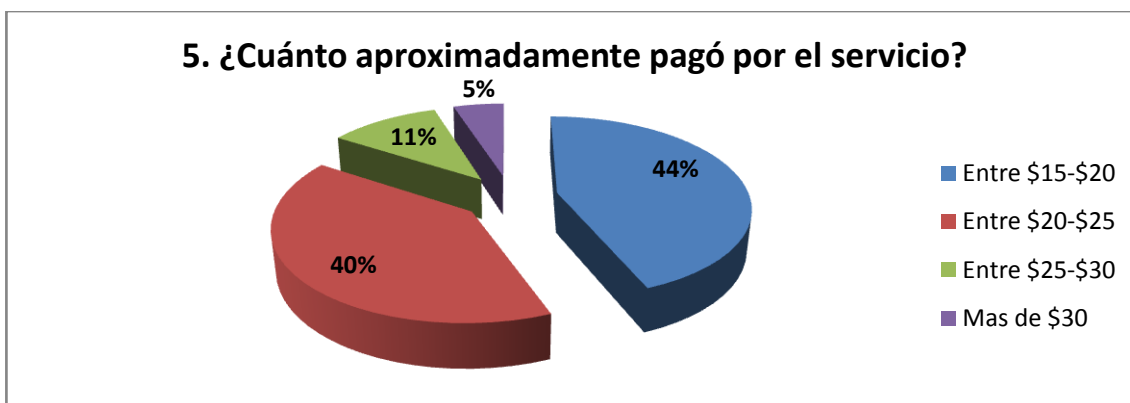
El 87% de los encuestados han contratado o por lo menos han sido invitados a un banquete, dato importante ya que tenemos un 87% de personas que han experimentado este servicio, mientras que el 13% no.



Elaboración: TORO, Francisco. 2012

Fuente: Datos de la encuesta realizada

El 55% de la población a solicitado por lo menos una vez un servicio de banquetes, el 31% lo ha hecho dos veces al año, el 5% más de dos veces al año, mientras que el 9% no ha solicitado ningún servicio de banquetes. Por lo tanto se obtiene una gran mayoría de personas que requieren este servicio.

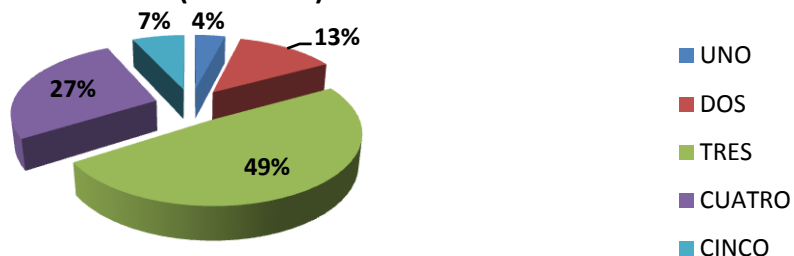


Elaboración: TORO, Francisco. 2012

Fuente: Datos de la encuesta realizada

El 44% de los encuestados que han solicitado un servicio de banquetes pagó aproximadamente entre \$15 y \$20 dólares, el 40% canceló entre \$20 y \$25, el 11% pagó entre \$25 y \$30, mientras que el porcentaje más bajo correspondiente al 5% canceló más de \$30.

6. ¿De acuerdo a su experiencia, cómo califica la atención o servicio de dicha empresa? en un rango de uno(regular) y 5 (excelente)

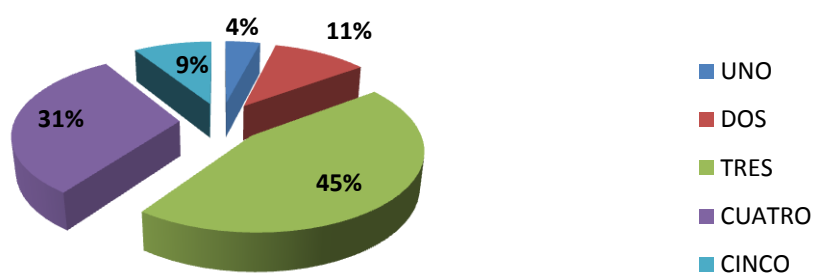


Elaboración: TORO, Francisco. 2012

Fuente: Datos de la encuesta realizada

El 49% de la población le dio un puntaje de 3 al servicio y atención de la empresa de banquetes que identificó, el 37% le dio un puntaje de cuatro, el 13% un puntaje de dos, mientras que el 7% calificó con un puntaje máximo de cinco y el 4% con el puntaje mínimo de uno.

7. ¿De acuerdo a su experiencia, cómo califica el sabor de los alimentos de dicha empresa? en un rango de uno(regular) y 5 (excelente)

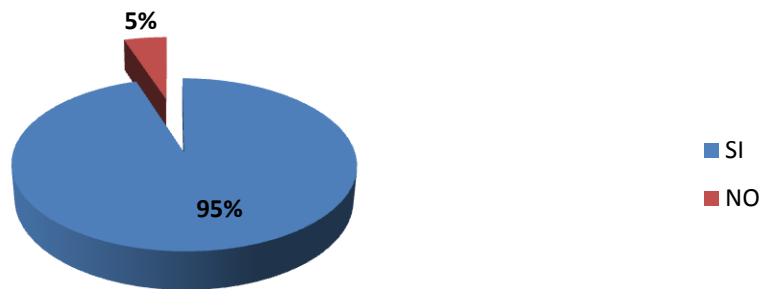


Elaboración: TORO, Francisco. 2012

Fuente: Datos de la encuesta realizada

El 45% de los encuestados le dio un puntaje de tres al sabor de los alimentos, el 31% calificó con cuatro, el 11% con dos, mientras que el 9% calificó con el puntaje máximo de cinco y el 4% el puntaje mínimo de uno.

8. ¿Considera interesante la implementación de una nueva empresa de catering en la ciudad?

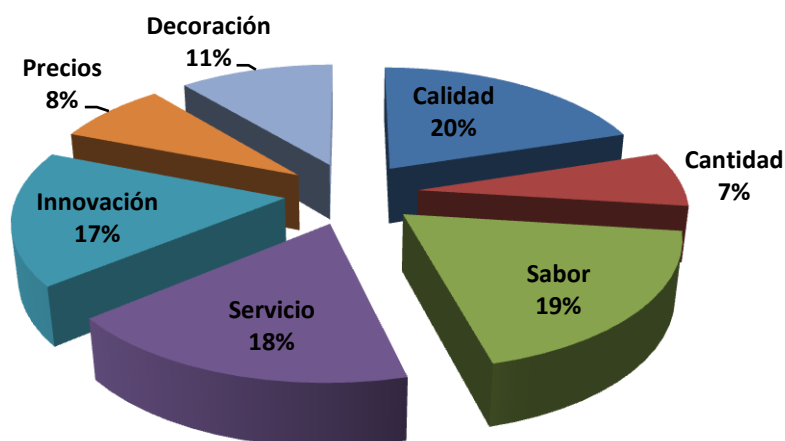


Elaboración: TORO, Francisco. 2012

Fuente: Datos de la encuesta realizada

La mayor parte de la población correspondiente al 95% considera interesante la implementación de una empresa de catering, mientras que la diferencia del 5% no considera interesante dicha implementación.

9. ¿Qué indicadores valoraría o buscaría en una nueva empresa de catering?

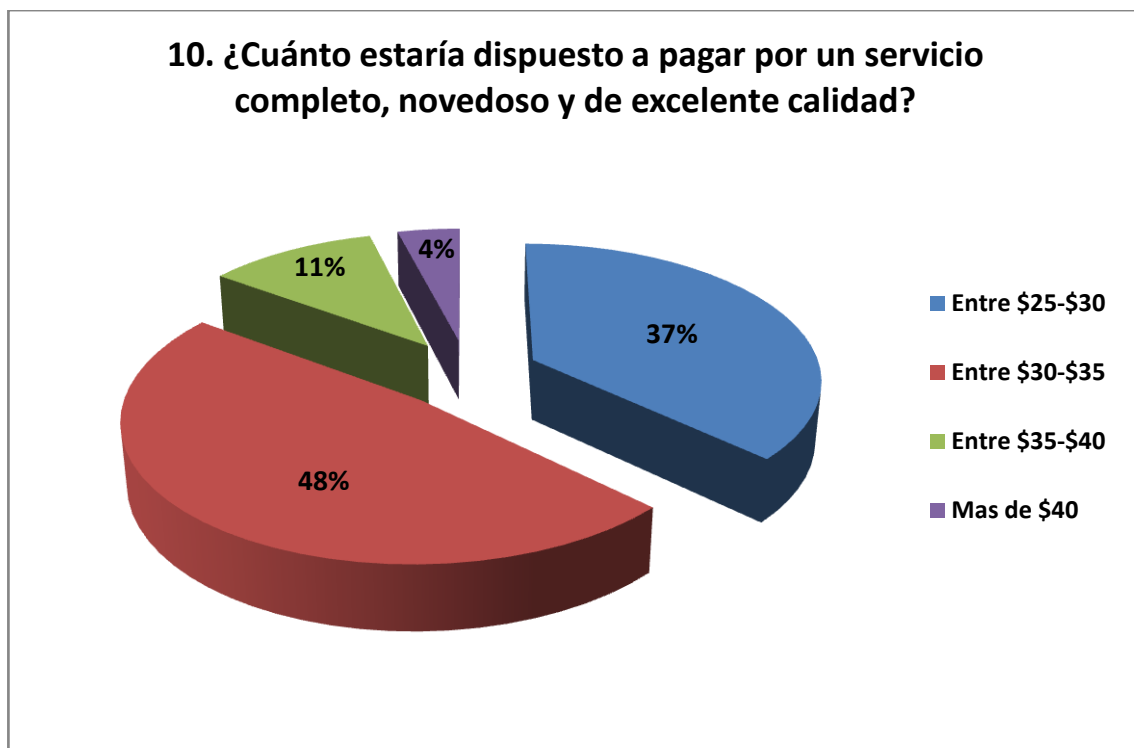


Elaboración: TORO, Francisco. 2012

Fuente: Datos de la encuesta realizada

La población busca en una nueva empresa de catering indicadores como: calidad, sabor, servicio, e innovación

con un porcentaje de 20%, 19%, 18% y 17% respectivamente, mientras que los indicadores menos valorados son: precios y cantidad con un porcentaje de 8% y 7% respectivamente. Y en un porcentaje medio se valora el indicador de decoración al que corresponde el 11%.



Elaboración: TORO, Francisco. 2012

Fuente: Datos de la encuesta realizada

Por un servicio novedoso, de excelente calidad y completo, el 48% de la población está dispuesta a pagar entre \$30-\$35, el 37% está dispuesta a pagar entre \$25-\$30, el 11% pagaría entre \$35 y \$40, mientras que el un porcentaje mínimo del 4% pagaría más de \$40.

3.5.3 Análisis de la demanda

- La mayoría de los pobladores de Babahoyo han contratado un servicio de catering por lo menos una o dos veces al año, lo que demuestra que es un sector que constantemente solicita este tipo de servicios.
- A pesar que la mayoría coincidió en haber pagado en promedio hasta \$25,00 los resultados de la pregunta 6 y 7 nos dan a conocer que su nivel de satisfacción en atención, calidad y sabor de los alimentos es de 3 sobre 5, es decir que no alcanzó el nivel máximo de satisfacción.
- Ya que más del 90% de los pobladores muestran interés y expectativa en la implementación de una nueva empresa de catering, es la oportunidad perfecta para darnos a conocer y ofertar nuestros productos y servicios.
- Los resultados de la pregunta 9 dan a conocer que los indicadores menos valorados por los pobladores son PRECIO Y CANTIDAD, por lo tanto quiere decir que estarían dispuestos a pagar más dinero a cambio de un excelente servicio y calidad en general, para confirmar este análisis es importante los resultados de la pregunta 10 donde el 48% está dispuesto a pagar hasta \$35,00 por servicio, el otro 52% está repartido en diferentes opciones.

3.5.4 Análisis de la oferta (Implementación de la empresa de Cátering)

- Hay un mercado disponible y mal atendido al cual se puede ofrecer los servicios y productos.
- Nos introduciremos en el mercado con un precio promedio entre \$30 y \$35 (por evento completo), un poco más elevado que el de la competencia, pero con la seguridad de que los clientes pagarán este precio a cambio de excelencia y con la finalidad de obtener un 5 de calificación ya que la actual es el 3.
- Una ventaja competitiva es que el 95% de los encuestados tienen la expectativa de ver algo diferente e innovador, ahí es donde podemos aprovechar este nicho de mercado.
- Los indicadores de: Calidad, servicio, innovación y sabor, serán los factores más tomados en cuenta para la implementación de la empresa de catering en la zona.
- En cuanto a menús, se ofrecerá una gran variedad con la alternativa de que los clientes puedan armar su propio menú interactuando con el chef, con la finalidad de lograr afinidad y buen sabor entre las combinaciones que elija el cliente.

3.5.5 Análisis de la competencia Directa

- Existen dos competidores principales que son "Jhonny Eventos" y "Marisquería Don Guido" con 54% y 32% respectivamente.

- Los precios que ofertan son en promedio entre \$15 y \$25, pero la calificación en cuanto a servicio, calidad y sabor de los alimentos es de 3, lo que nos da a conocer que hay cierta inconformidad por parte de los clientes.
- Se puede decir que la competencia ofrece cantidad y bajos precios, pero debemos tomar en cuenta que estos dos factores son los menos valorados por los consumidores.
- De acuerdo a las investigaciones de campo, se podría decir que la competencia tiene negocios relacionados como alquileres o restaurante, consideramos que es una desventaja para ellos ya que la manipulación indebida por terceros pueden estropear determinados menajes usados directamente por el cliente, de manera que los alquileres son considerados un punto en contra de la calidad y excelencia que estamos ofertando.
- Como control de calidad, nuestro menaje en general será manipulado por personal capacitado de la empresa, con la finalidad mantener estándares de calidad tanto en alimentos como menaje (cubertería, cristalería, mantelería, vajilla, etc.)
- Los competidores han descuidado factores claves para la satisfacción de los consumidores como es: calidad, innovación y buen servicio.

3.5.6 Análisis de la competencia indirecta

- En la ciudad de Babahoyo hay ciertos hoteles y restaurantes que de vez en cuando prestan servicios de catering, ya que su giro del negocio se basa principalmente en alquiler de habitaciones y venta de comida respectivamente, se los han considerado como competencia indirecta.
- Estos establecimientos no cuentan con la experiencia necesaria para atender eventos sociales con todo el proceso de logística que esto implica.
- En caso de realizar algún evento, en cuanto a comida, los restaurantes ofrecen lo que tienen en la carta, que son menús básicos y muy simples.

3.5.7 Cuadro comparativo de competencias

INDICADORES Empresas	Capacidad	Tipo de comida	Estilo
Jhonny eventos	Hasta 150 personas	Carnes asadas, mariscos, platos a la carta.	Tradicional y urbano (comidas típicas)
Marisquería Don Guido	Hasta 80 personas	Carnes asadas, mariscos, platos a la carta.	Tradicional y urbano (comidas típicas)
Hosterías y Hoteles 2 estrellas	Hasta 60 personas	Carnes asadas, mariscos, platos a la carta.	De restaurante que se puede encontrar en cualquier esquina.

CAPITULO IV

4.1 PLAN DE MERCADEO

Es un conjunto de principios, metodologías y técnicas a través de las cuales se busca conquistar un mercado, colaborar en la obtención de los objetivos de la organización, y satisfacer las necesidades y deseos de los consumidores o clientes

A continuación se establecerán las "4p" que son: Precio, Plaza, Producto y Promoción de la empresa de Catering.

4.2 MISIÓN

Brindar un servicio de excelente calidad, antes, durante y después del evento, satisfaciendo así de una manera diferente e innovadora a los posibles clientes.

4.3 VISIÓN

Ser una empresa líder en el mercado en atención de servicios de catering, dentro de la ciudad, para posteriormente expandirnos, siendo los preferidos y posicionándonos en la mente de los consumidores para organizar eventos sociales y corporativos.

4.4 LAS "4 P2

Son una forma sencilla y práctica de tener presente los factores claves para el éxito de un proyecto y son:

4.4.1 Producto

Servicio de catering, con un área verde para eventos al aire libre y estructura con carpas con capacidad para 400 personas, parqueadero para los clientes con capacidad máxima de 35 carros, planta de producción, asesoría y logística del evento social o empresarial, con servicio personalizado durante el evento. Personal profesional y altamente capacitado para atender todo tipo de evento social con excelencia en calidad y atención antes, durante y después del servicio.

El servicio es totalmente personalizado ya que se busca la satisfacción permanente del cliente, de modo que en ningún momento esté desatendido, estableciendo como mecanismo de trabajo un mesero por cada 10 personas, además de personal para bebidas y vinos.

Cuadro 3: Análisis resumido del producto

PRODUCTO	ALIMENTOS Y BEBIDAS	ASESORÍA Y ASISTENCIA TÉCNICA	EQUIPAMIENTO	LOGÍSTICA DEL EVENTO
DESCRIPCIÓN	Llevar a cabo todo el proceso que involucra la preparación de la comida según el menú escogido	Asistencia completa de la infraestructura general del montaje en el evento, con personal altamente calificado para cada actividad, con procesos supervisados.	Se dispone de una amplia variedad de menaje como: mantelería, cubertería, cristalería, mesas, sillas y equipamiento completo para cocina.	El cliente no se preocupará por nada, simplemente escoge y paga, la logística es antes, durante y después del evento.
EN QUE SE DIFERENCIARÁ ESTOS SERVICIOS DE LA COMPETENCIA	En el sector no se ofrece muy buena comida y en muchos casos los menús sencillos poco llamativos y repetidos.	La competencia presta servicios limitados, no todo en un solo paquete	La diferenciación de este producto es que se lo rentará con transporte de ida y vuelta por nuestra propia gestión, lo que garantiza un adecuado transporte del menaje o equipamiento.	La competencia no cuenta con el conocimiento necesario para organizar todo un evento desde que el cliente nos visita en un inicio.
POR QUÉ ESTE PRODUCTO SERÁ ELEGIDO	A la gente costeña le llama mucho la atención los productos nuevos y es muy bien aceptado cuando estos productos satisfacen sus expectativas, esto es lo que queremos lograr, llamar la atención y lograr fidelidad con un producto y servicio diferente, que guste y agrade, a través de montajes novedosos en los eventos			

Elaboración: TORO, Francisco. 2012

Fuente: Manual NETCOM, módulo 6

4.4.2 Precio

A continuación se presenta el siguiente cuadro de los precios promedio de los principales servicios que se ofrece, tomando en cuenta que solo son un referente de las

ofertas principales, ya que estas con variables de acuerdo a lo que el cliente solicite o requiera para su evento.

Los precios incluyen absolutamente todo lo necesario para que el cliente no se preocupe por nada y solamente disfrute del momento. Esto incluye: menú, menaje en general, menaje en general para el salón y cocina, personal de servicio y cocina.

Cuadro 4: Análisis de los precios

CARACTERÍSTICAS		SERVICIO DE EVENTOS (POR PAX)		
		Familiares	Cocteles y Coffe breaks	Almuerzos Ejecutivos
1.	El precio de venta por servicio	\$25.00-\$28.00	\$15,00-\$20,00	\$8,00-\$10,00
2.	Precios de la competencia	\$20,00 - \$25,00	\$10,00 - \$15,00	\$3,00 - \$6,00
3.	Política de precios (descuentos a grupos, ofertas, promociones, rebajas, etc.)	Los precios tendrán descuentos especiales si sobrepasan un número determinado de clientes, por ejemplo: pasado las 100 personas se harán descuentos o se ofrecerá algo adicional a lo pactado.		
4.	Razones que justifican su política de precios	De acuerdo al precio de la competencia, los expuestos por el proyecto son más elevados, sin embargo, tomando en cuenta los resultados de las encuestas, comprobamos que las personas prefieren pagar por "calidad", más que por cantidad, es por eso que estamos seguros que los clientes están dispuestos a pagar por un servicio de excelencia en alimentos y atención.		

Elaboración: TORO, Francisco. 2012

Fuente: Manual NETCOM, módulo 6

4.4.3 Plaza

La planta de producción junto al área verde para eventos estará ubicada en una zona cercana al centro de la ciudad de Babahoyo, para lo cual se han establecido los siguientes criterios para su ubicación.

Cuadro 5: Indicadores para la ubicación de las instalaciones

CRITERIOS DE UBICACIÓN				
EMPLAZAMIENTO DE LAS INSTALACIONES	Razones	SI	NO	Observaciones
	Cercanía a los atractivos	x		Por estar ubicados en un lugar no muy alejado a la zona comercial de Babahoyo.
	Seguridad	x		En los últimos meses el gobierno ha implementado nuevos centros policiales, motorizados, etc. La ciudad de Babahoyo no es la excepción.
	Vías de acceso			El municipio de Babahoyo ha realizado una excelente obra en el arreglo de calles y accesibilidad en la ciudad, por lo tanto el acceso a los establecimientos no será ningún inconveniente para los clientes ni para nosotros como empresa.
	Costos de transporte		x	Es una ciudad pequeña, por lo tanto los costos de transporte no serán altos.
	Acceso a infraestructura	x		El acceso es favorable tanto para clientes, proveedores y personal de trabajo.
	Acceso a servicios básicos	x		Por ser una ciudad desarrollada, se cuenta con todos los servicios básicos para adaptarlos a la planta de producción.

Elaboración: TORO, Francisco. 2012

Fuente: Manual NETCOM, módulo 6

Canales de Distribución

Se subdividen en directos (no necesitan intermediarios) e indirectos (necesita de intermediarios)

Canales Directos.- En un inicio este será el medio más usado con la finalidad de tener un contacto directo con el cliente y un mayor control de la comercialización, a la vez midiendo los esfuerzos por relaciones interpersonales.

Canales Indirectos.- Como segunda opción pero no menos importante el canal indirecto que usaremos es la difusión por medio de la radio local, mediante anuncios publicitarios con ofertas especiales para los primeros clientes.

4.4.4 Promoción

Constituye un factor importante para dar a conocer el producto al mercado, para lo cual tomamos en cuenta las siguientes herramientas publicitarias.

Cuadro 6: Análisis de los canales de distribución

CANALES Y MEDIOS	HERRAMIENTAS DE PROMOCIÓN
Canales directos	Visita a empresas públicas o privadas
	Visita a autoridades de universidades y principales entidades educativas
	Visita a propietarios de locales comerciales en la zona
Canales indirectos	Medio de comunicación, radio local
Soportes publicitarios	Página web
	Dípticos y trípticos
	Afiches, hojas volantes y tarjetas

Elaboración: TORO, Francisco. 2012

Fuente: Manual NETCOM, módulo 6

4.5 FODA DE LA EMPRESA DE CATERING

Cuadro 7: Análisis matriz FODA

I N T E R N A S	E X T E R N A S
FORTALEZAS (+)	OPORTUNIDADES (+)
✓ Profesionales al mando ✓ Personal fijo y eventual altamente capacitado ✓ Maquinaria óptima de trabajo ✓ Excelencia en servicio ✓ Planta de producción ✓ Área verde para eventos al aire libre ✓ Fácil accesibilidad para personal y clientes ✓ Innovación en tendencias culinarias ✓ Innovación en tendencias de montajes ✓ Variedad de menús ✓ Servicio personalizado ✓ Capacitación para el personal ✓ Experiencia en todo tipo de eventos ✓ Exclusividad en eventos	✓ Posible contratación de personal joven con estudios superiores ✓ Asesoramiento para selección de proveedores ✓ Clientes dispuestos a pagar por un excelente servicio ✓ Mercado insatisfecho ✓ Poca competencia
DEBILIDADES (-)	AMENAZAS (-)
✓ Nuevos en el mercado ✓ Mayor publicidad por canales directos y poco por canales indirectos ✓ Al ser nuevos en el mercado, el tiempo de posicionamiento será un poco largo	✓ Cambios climáticos que afectan la economía de los pobladores ✓ A pesar de la disminución de la delincuencia, siempre es un factor por el cual se deben tomar precauciones ✓ Años de posicionamiento de nuestra competencia en el mercado (la gente se acostumbra a este monopolio de trabajo)

Elaboración: TORO, Francisco. 2012

4.5.1 Matriz de aprovechamiento

En base a los datos obtenidos en el FODA, se realiza una matriz de aprovechamiento la cual permite desarrollar estrategias: defensivas, de supervivencia, adaptativas y ofensivas.

Cuadro 8: Análisis de estrategias

INTERNAS EXTERNAS	DEBILIDADES	FORTALEZAS
AMENAZAS	<u>Estrategia de Supervivencia</u> Establecer y mantener altos estándares de calidad con la finalidad de cambiar perspectivas en la mente del consumidor.	<u>Estrategia defensiva</u> Ir a la par con las nuevas tendencias, para no estancarnos en un mismo formato o lineamiento.
OPOTUNIDADES	<u>Estrategia adaptativa</u> Aprovechar la expectativas por parte de los clientes insatisfechos y población en general, para de la implementación de una nueva empresa de catering	<u>Estrategia ofensiva</u> Aplicar el CMI, con la finalidad de movilizar a la gente al pleno cumplimiento de la misión, canalizando energías, habilidades y conocimientos, reflejándose dentro y fuera de la empresa.

Elaboración: TORO, Francisco. 2012

Fuente: Datos obtenidos en la matriz FODA

CAPÍTULO V

5.1 ESTUDIO TÉCNICO

En este capítulo se desglosará de una forma minuciosa y detallada todo lo referente a la empresa de catering, es decir, los puntos más relevantes del giro del negocio.

5.2 PRODUCTO

Si los resultados de viabilidad de la presente investigación son favorables, la implementación de la empresa de catering estará ubicada en la ciudad de Babahoyo, donde los pobladores y empresarios podrán acceder a un servicio de excelencia en: calidad, atención al cliente, montajes, alimentos y bebidas.

Se implementará una planta de producción, oficinas, parqueadero y área verde para eventos al aire libre, estos serán detallados a continuación.

5.2.1 Planta de Producción

En esta área de trabajo se procesará la materia prima para la elaboración de los menús y contará con un área de cocina fría, cocina caliente y repostería.

Equipamiento

- Cocina industrial de 6 quemadores con plancha
- Horno a gas de 4 pisos sencillos y un piso doble
- Congelador
- Cuarto frío (almacenamiento de productos perecibles)
- Refrigerador panorámico
- 2 Pozos con escurridero
- Balanza
- Licuadora industrial
- Batidora industrial
- Cortadora eléctrica
- 3 Mesones de acero inoxidable
- Estantería de productos para uso diario (condimentos)
- Estantería para menaje industrial (ollas, pailas, bols, bandejas, etc.)
- Estantería para utensilios (batidores, cucharetas, pinzas, espátulas, etc.)

5.2.2 Bodega

Esta área estará dividida en: bodega de alimentos y bodega de menaje (mesas, sillas, calentadores, vajilla, etc.)

Equipamiento de Bodega

- Estanterías en general
- Escritorio y silla

- Teléfono
- Computador
- Materiales de oficina
- Archivero
- Balanza industrial

Descripción de bodega de alimentos

- Área de productos no perecibles (enlatados, granos secos, aceites, etc)
- Área de productos perecibles, los cuales serán almacenados debidamente en un cuarto frío
- Área de licores para uso en procesos culinarios (vinos, brandy, baylis, etc.)

Descripción de bodega de menaje

- Área de mesas
- Área de cristalería
- Área de cubertería
- Área de vajilla
- Área de centros de mesa y platos base (variados)
- Área de mantelería
- Área de tableros y caballetes
- Área de varios (calentadores, cafeteras, teteras térmicas, etc.)

5.2.3 Oficinas

Estará compuesta por la oficina principal donde se llevará un control general de las gestiones que desempeñe la empresa y la oficina de bodega donde se llevará un inventario de todos los productos y recepción de alimentos por parte de los proveedores.

Equipamiento

- Escritorio y silla
- Computador
- Teléfono
- Archivero
- Impresora
- Materiales de oficina

5.2.4 Parqueadero

En caso de que el cliente decida realizar su evento en el área verde que dispone la empresa para eventos, se dispondrá de un parqueadero con una capacidad para 20 autos, dando prioridad al resto de las áreas y tomando en cuenta que en las afueras del terreno disponible también es factible estacionar más vehículos.

5.2.5 Área verde

Se dispondrá de un área verde debidamente cercada y funcional para el desarrollo de un evento al aire libre, la cual contará con: una pileta para decoración, jardines pintorescos, baños para damas y caballeros, etc.

5.2.6 Croquis de planta de producción

"A continuación se muestra una representación gráfica de la distribución de las principales áreas de la empresa de catering." (GALERIA DE IMÁGENES GOOGLE, 2012)



Elaboración: TORO, Francisco. 2012

Puertas de acceso

5.3 OFERTA GASTRONÓMICA Y LOGÍSTICA

A continuación se detallará las diferentes opciones gastronómicas para eventos corporativos, sociales y cocteles.

5.3.1 Menús Completos

Comprenden entradas, sorbets, entremes, platos principales y postres, los cuales pueden ser combinados libremente por el cliente sin dejar de lado la sugerencia por parte del chef. En el caso de los postres pueden ser servidos en una modalidad de buffet denominado "festival de postres" donde el cliente mediante la presentación de varios manjares puede armar a su gusto el postre.

ENTRADAS
• Roseta de camarones y mejillón en su salsa con páprika.
• Quiche lorraine de tocino con lechuga y tomate cherry
• Corona de corvina rellena de mousse de camarón, acompañado con salsa oriental y ajonjolí, decorado con espinacas fritas
• Cucurucho de pangora a los cítricos (cono de masa fillo relleno de pangora a la crema y cebollín, sobre una cama de lechuga crespas y gajos de toronja).
• Coctel de camarones
• Trilogía de salmón (rosa de salmón ahumado, tartar y marinado en eneldo)
• Roseta de camarón con salsa de azafrán y alcaparras
• Langostinos a la piña
• Coctel cremoso de camarones
• Salmón apanado en cilantro con peras glaseadas picantes

Elaboración: TORO, Francisco. 2012

PROTEINAS
• Medallones de pavo relleno, en salsa de hongos hidratados
• Medallones de cerdo, con salsa dijón
• Medallones de lomo relleno de vegetales y tocino en salsa de vino
• Pechuga de pollo al balsámico
• Filete de pavo en salsa de cebollas glaseadas
• Medallón de ternera en salsa de tocino y vino.
• Filet mignon en salsa de tres pimientos.
• Medallón de pollo a la financiera.
• Medallones de Pollo en salsa de champiñones.
• Chuletas de cerdo ahumado en salsa de piña
• Rollo de ternera relleno de mouse de ricota a las finas hierbas
• Cordon Blue de Pollo en salsa de champiñones
• Medallones de Pavo relleno en salsa de hongos con vino tinto, ciruela, mora o frambuesas
• Filete de pavo en salsa de cebollas glaseadas
• Lomo de cerdo en salsa de especias

Elaboración: TORO, Francisco. 2012

GUARNICIONES
• Papa niosete
• Papa croqueta
• Mil Hoja de Papa
• Papa salteada a las finas hierbas
• Soufflé de espinaca
• Soufflé de espárragos
• Arroz con prosciutto gratinado con queso parmesano

Elaboración: TORO, Francisco. 2012

ARROZ (La modalidad de servicio cuchareado a la mesa)
• Arroz negro
• Arroz al curry y cebollas
• Arroz a la parmesana
• Arroz california con pimientos rojos y verdes
• Arroz con frutos secos
• Arroz pillaf
• Arroz a la milanesa

Elaboración: TORO, Francisco. 2012

ENSALADAS
• Vegetales al Grill (cebolla, pimiento rojo y verde, suquini, y berenjenas) en vinagreta de balsámico.
• Baby carrots con espárragos salteados con mantequilla y ajonjolí.
• Ensalada con lechuga cesar, espinaca, rúcula, manzana, praliné de caramelo y vinagreta cortada.
• Ensalada de alcachofas, champiñones, palmito y espárragos, con vinagreta de yogurt natural, miel y mostaza.
• Ensalada de lechuga con apio, aguacate y mayonesa
• Ensalada de col morada con queso, nuez, jamón y mayonesa
• Ensalada fresca con vinagreta de yogurt (lechuga crespas, tomata cherry y cebolla)
• Ensalada con lechuga crespas, espinaca, rúcula, manzana, praliné de caramelo
• Bastoncitos de zanahoria con espárragos salteados con ajonjolí
• Ensalada griega
• Ensalada de brócoli con salsa roquefort
• Ensalada de palta y palmito
• Ensalada del huerto
• Ensalada tailandesa de mango verde
• Ensalada griega

Elaboración: TORO, Francisco. 2012

SORBETS	ENTREMESES
• Hierba buena	• Champiñones rellenos con jamón praga
• Mandarina	• Sandía en cubos perfumada en agua de rosas
• Naranja al campari	• Brocheta de fruta fresca perfumada con menta
• Arazá	• Bolobang relleno de variedad de hongos
• Manzana verde	

Elaboración: TORO, Francisco. 2012

POSTRES
• Ladrillo de chocolate con frutos del bosque (mora, frambuesa y uvilla)
• Helado de paila con strudel de manzana
• Parfey de beilys con lágrima de chocolate rellena de frambuesas y sabayoné de limón.
• Helado gourmet de sabores (café, hierba luisa, menta, hierba buena) con torta de nuez
• Timbal de chocolate blanco, acompañado de torta de nuez hidratada.
• Variedad de tortas con helado de sabores en jaspeado de chocolate

Elaboración: TORO, Francisco. 2012

5.3.2 Bocaditos para Cocteles y Coffee Breaks.

Además de los bocaditos, se ofertará múltiples opciones de cocteles y bebidas moderadas para este tipo de eventos.

BOCADITOS DE SAL	
FRÍOS	CALIENTES
• Tartaleta de queso crema a las finas hierbas	• Brochetas de pollo
• Brocheta capresse	• Mini empanadas verde
• Tartaleta de pollo y cebollín	• Brochetas de carne en salsa de pimienta
• Canapé de salmón relleno	• Mini chilenas de carne con ají
• Canapé de ricota y aceitunas	• Camarón apanado con coco en salsa de miel y mostaza.
• Rollitos de salmón y palmito	• Brocheta de pollo tai
• Tartar de salmón y pepino	• Saltimboca a la romana
• Canapé de queso crema y hierbas	• Alitas de pollo rellenas
• Canapé de queso camembert y almendras	• Miniquiche de queso
• Prosciutto de peras	• Brocheta de champiñones al romero

	• Brochetas de pollo al nogal
	• Brochetas de pulpo al olivo
	• Queso camembert apanado con ají dulce
	• Deditos de pollo al ajonjolí

Elaboración: TORO, Francisco. 2012

BOCADITOS DE DULCE
• Mini mil hoja
• Alfajores
• Tartaleta de frutos con sabayonet de limón
• Trufas de chocolate negro y blanco
• Mini brocheta de fruta
• Albaricoques bañados en chocolate
• Chocotejas de pecanas
• Deditos de maní bañados en chocolate
• Crocante de chocolate con frutos secos
• Figuras de masapán
• Naranjita glaseada
• Trufas de chocolate rellenas de menta

Elaboración: TORO, Francisco. 2012

5.3.3 Opciones para almuerzos corporativos

Menú 1: - Crema de cebolla con pollo acompañado de canguil. - Arroz amarillo con pollo al horno en salsa de champiñones y ensalada de vainita con zanahorias - Flan de piña -Jugo de guanábana
Menú 2: - Sopa de quinua con costilla - Arroz con pimientos, carne apanada y ensalada de granos. - Ensalada de frutas con crema - Jugo de guayaba
Menú 3: - Aguado de gallina - Arroz con filete de pollo en salsa de hongos con ensalada rusa - Duraznos al almibar - Jugo de mora

Menú 4: - Menestron de carne - Arroz con chuleta en salsa de frutilla y ensalada fresca con vinagreta de yogurt - Mousse casero de maracuyá - Jugo de frutilla
Menú 5: - Crema andaluza acompañado de papa cerillo - Arroz primavera con goulash de carne con ensalada de vegetales al vapor - Gelatina con frutos del bosque - Jugo de naranjilla
Menú 6: - Crema de champiñones acompañada de crutones - Arroz california con pollo al jugo a las finas hierbas con juliana de lechugas y tomate cherry - Torta de chocolate rellena de mora - Jugo de tomate árbol
Menú 7: - Locro de papa con aguacate - Arroz verde con carne apanada con ensalada de granos con salsa tártara - Mousse casero casero de mora - Jugo de maracuyá
Menú 8: - Caldo de pata - Arroz con filete de pescado y ensalada fresca - Mousse de piña - Jugo de melón
Menú 9: - Crema de brócoli con canguil - Arroz verde con stroganoff de carne y papas salteadas a las finas hierbas - Torta de naranja - Jugo de mango
Menú 10: - Sopa de carne con lenteja y col - Arroz al curry con goulash de carne y puré de papa - Babaco en almibar - Jugo de frutilla
Menú 11 - Sancocho de pollo - Arroz amarillo con pollo al horno y ensalada rusa - Flan de caramelo - Avena casera de naranjilla con maracuyá

Elaboración: TORO, Francisco. 2012

5.3.4 Fotografías para montajes de eventos



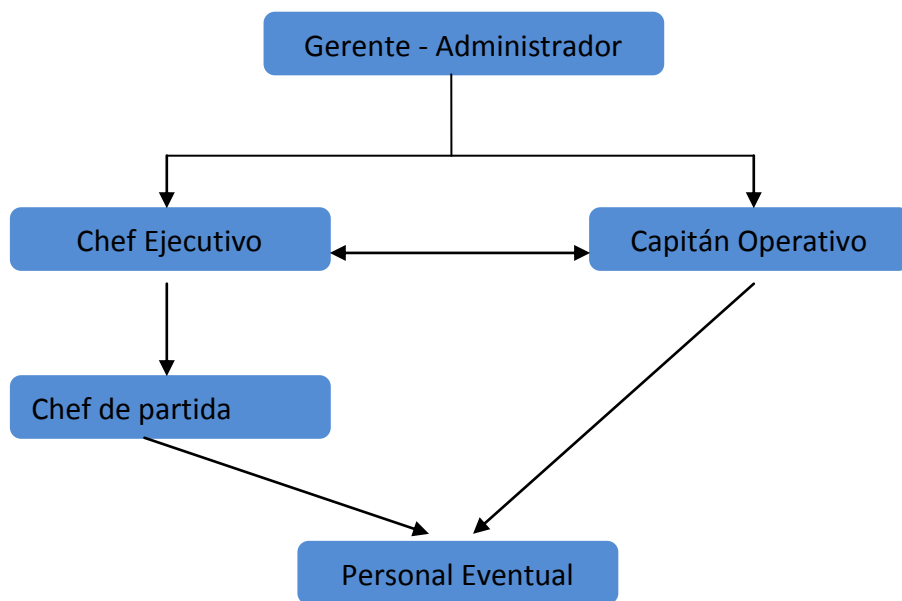
Fuente: Tomadas por TORO, Francisco.

5.4 PLAN DE RECURSOS HUMANOS

Uno de los factores claves para el éxito de un negocio es el personal de trabajo, ya sea que esté relacionado directa o indirectamente con el producto.

En este plan se determina las necesidades del personal, características que deben poseer, capacidades, funciones, etc.

5.4.1 Organigrama Específico



A continuación se define el perfil de acuerdo a la competencia laboral de la FENACAPTUR, el cual sirve como referencia para establecer las habilidades, actitudes y conocimientos que debe tener el personal en la empresa.

5.4.1.1 Perfil del Gerente - Administrador

Para alcanzar los resultados esperados debe ser competente con base en los siguientes conocimientos, habilidades y actitudes.

Conocimiento

- Habilidades en el manejo de herramientas básicas de planificación, control y método de optimización de resultados.
- Técnicas básicas de definición de calidad, costos, precios de productos, servicios y políticas comerciales.
- Procesos y procedimientos básicos administrativos, contables, comerciales, financieros utilizados en el turismo.
- Técnicas básicas de negociación y administración de contratos.
- Características y conocimiento de productos, servicios comerciales y de los destinos vendidos.
- Vocabulario técnico del turismo.
- Ley de Turismo
- Aspectos laborales de empleados fijos y ocasionales de la empresa.
- Técnicas básicas de liderazgo, ventas, negociación y gestión de personal.
- Comercialización turística por internet.

Habilidades

- Comunicación oral y escrita clara, articulada y expresiva con empleo de gramática y vocabulario adecuado.
- Planificación de corto, mediano y largo plazo.
- Análisis y juzgamiento con base en datos.
- Toma de decisiones en situaciones críticas.
- Raciocinio lógico y verbal.
- Capacidad para solucionar conflictos.
- Capacidad para evaluar ideas.
- Relacionarse públicamente con clientes potenciales y reales.
- Análisis del comportamiento humano e interrelación del lenguaje corporal, en particular gestual.

Actitudes

- Previsor. Planificador, programa con antelación, disfruta fijando objetivos, proyecta tendencias y planea proyectos.
- Equilibrado emocionalmente. No transparenta emociones, reservado en sus sentimientos, controla explosiones temperamentales.
- Persuasivo. Buen vendedor de ideas a los demás, cambia las opiniones de otros, negociador.
- Innovador. Con nuevas ideas, con imaginación, plantea sugerencias, aporta soluciones.

- Razonador con datos. Le gusta trabajar con datos, se basa y actúa sobre hechos.
- Optimista. Feliz, animado, no cae en depresiones ni desánimos a pesar de los fracasos, ve el lado positivo o bueno de las cosas.

5.4.1.2 Perfil del Chef Ejecutivo

El chef de cocina, para alcanzar los resultados esperados debe ser competente con base a los siguientes conocimientos, habilidades y actitudes.

Conocimientos

- Prácticas administrativas de planificación
- Elaboración de presupuestos
- Análisis y control de costos y resultados
- Administración de la producción
- Principios básicos de gestión de procesos en la producción de alimentos y bebidas
- Principios de administración en alimentos y bebidas
- Técnicas de administración del recurso humano, herramientas de gestión
- Procesos para selección, entrenamiento y evaluación de personal

- Creación de planes de capacitación para los integrantes del grupo
- Recetas básicas de la cocina nacional e internacional para los varios tipos de servicio
- Términos técnicos operacionales de alimentos y bebidas
- Primeros auxilios básicos y seguridad industrial
- Técnicas de preparación, técnicas de cocción, técnicas de servicio, montaje y presentación de platos.
- Técnicas de combinación de alimentos de acuerdo con color, textura, aroma, paladar y aspecto visual
- Aspectos básicos de nutrición y dietas alimenticias
- Maquinaria, equipos y utensilios de cocina
- Términos técnicos nacionales e internacionales de gastronomía
- Requisitos de higiene y presentación personal adecuados a la ocupación

Habilidades

- Leer e identificar hora, temperatura y peso
- Cálculo estimado de tiempo, peso, dimensión, cantidad y costo de los alimentos
- Memoria de corto y largo plazo
- Comunicación clara y articulada en forma oral y escrita
- Iniciativa para prevenir y solucionar problemas

- Juzgar sabor, aroma y apariencia de los alimentos a través de los sentidos
- Reflejos rápidos, coordinación motriz fina

Actitudes

- Detallista: Metódico, ordenado, preciso, le gusta tener cada cosa en su sitio
- Confiable: Establece relaciones fácilmente, sabe cómo actuar y qué decir, hace que otros se sientan cómodos
- Atento: Cordial con el cliente, considerado hacia otros, ayuda a aquellos que lo necesitan, tolerante, comprometido
- Equilibrado emocionalmente: No transparenta emociones, reservado en sus sentimientos, controla explosiones temperamentales
- Controlador: Asume el control, se responsabiliza, dirige, organiza, supervisa a otros

5.4.1.3 Perfil del Capitán de servicio

El Capitán de servicio, para alcanzar los resultados esperados debe ser competente con base a los siguientes conocimientos, habilidades y actitudes.

Conocimientos

- Normas de etiqueta y protocolo en la mesa y salón
- Normas de servicio para eventos especiales

- Técnicas de montajes
- Principios básicos de enología, servicio de vinos y técnicas para servir bebidas
- Procedimientos de emergencia
- Operación de los equipos de salón, cocina y bar, con los respectivos procedimientos de seguridad
- Técnicas de servicios especiales como flambeo, técnicas de trinchado
- Diferentes tipos de puesta a punto (mise en place), desbarazar y limpiar mesas
- Técnicas de preparación de bebidas y coctelería

Habilidades

- Cálculo con empleo de fórmulas simples
- Comunicación oral clara y articulada, con empleo de gramática y vocabulario adecuado
- Análisis del comportamiento humano e interpretación del lenguaje corporal, en particular, gestual
- Raciocinio lógico y habilidad verbal
- Agudeza auditiva y visual
- Percepción espacial para facilitar la localización del cliente

Actitudes

- Detallista: Metódico, ordenado, preciso, le gusta tener cada cosa en su sitio
- Confiable: Establece relaciones fácilmente, sabe cómo actuar y qué decir, hace que otros se sientan cómodos
- Atento: Cordial con el cliente, considerado hacia otros, ayuda a aquellos que lo necesitan, tolerante, comprometido
- Equilibrado emocionalmente: No transparenta emociones, reservado en sus sentimientos, controla explosiones temperamentales
- Controlador: Asume el control, se responsabiliza, dirige, organiza, supervisa a otros

5.4.1.4 Perfil del Chef de partida

El Chef de partida, para alcanzar los resultados esperados debe ser competente con base a los siguientes conocimientos, habilidades y actitudes.

Conocimientos

- Procedimientos básicos de inventario
- Procedimientos de apertura y cierre del área de trabajo

- Recetas básicas de platos calientes y fríos, guarniciones, fondos, salsas, postres calientes y fríos, cocina nacional e internacional,
- Técnicas de descongelación, cocción, flambeo, tiempo, textura, sabor, color y conservación de las propiedades de los alimentos
- Tipos de servicio y técnicas para presentación de platos
- Vocabulario técnico de la cocina nacional e internacional
- Principios de repostería, pastelería, panadería y garnish
- Programas informáticos para manejo de inventarios

Habilidades

- Lectura e identificación de temperatura y peso
- Identificación de sabor, aroma y apariencia de los alimentos a través de los sentidos
- Reflejo rápido, coordinación motriz, mano firme y destreza manual para transportar y utilizar objetos
- Capacidad para resistir largas horas de trabajo y gran espíritu de adaptación.

Actitudes

- Detallista: Metódico, ordenado, preciso, le gusta tener cada cosa en su sitio

- Confiable: Establece relaciones fácilmente, sabe cómo actuar y qué decir, hace que otros se sientan cómodos
- Atento: Cordial con el cliente, considerado hacia otros, ayuda a aquellos que lo necesitan, tolerante, comprometido
- Equilibrado emocionalmente: No transparenta emociones, reservado en sus sentimientos, controla explosiones temperamentales

CAPÍTULO VI

6.1 PLAN FINANCIERO

Todo proyecto de creación o expansión de negocios, necesita conocer las necesidades de inversión para apreciar su factibilidad.

Además de los debidos presupuestos iniciales, de gastos, de costos, flujo de caja y finalmente el TIR y VAN los cuales nos ayudarán a determinar la viabilidad del negocio.

6.1.1 Presupuesto de Inversión Inicial

Para elaborar el siguiente presupuesto se tomó en cuenta los principales factores que involucran la implementación de una empresa de catering, entre los principales que podemos mencionar son: menaje, equipos de cocina, maquinaria, mantelerías, uniformes de personal, etc., y un elemento principal como es la publicidad, la cual cabe mencionar que se invertirá solo en un inicio ya que se pretende que en un determinado lapso, sean los mismos clientes quienes hagan la publicidad del negocio.

Cabe mencionar que se cuenta con un capital propio de trabajo, sin necesidad de recurrir a préstamos bancarios.

PRESUPUESTO DE INVERSIÓN INICIAL

Descripción	Cantidad	Precio U.	Total
Terreno 1200m2	1200	22,00	26400,00
Construcción por m2	360	100,00	36000,00
Adecuación de áreas verdes por m2	840	40,00	33600,00
Carpa tipo coliseo	1	18000,00	18000,00
Total			114000,00
Equipamiento del área de cocina			
Cocina	1	1200,00	1200,00
Parrilla	1	700,00	700,00
Pozo grande	1	1000,00	1000,00
Horno	1	1200,00	1200,00
Mesones	5	400,00	2000,00
Campanas	1	800,00	800,00
Cuarto frio	1	3000,00	3000,00
Total			9900,00
Equipamiento de la oficina de adm.			
Silla giratoria	1	33,91	33,91
Escritorio	1	113,53	113,53
Impresora	1	300,00	300,00
Computador	2	1000,00	2000,00
Archivador	1	80,00	80,00
Total			2527,44
Equipamiento de Bodegas			
Area de trabajo	1	1500,00	1500,00
Estanterías	6	80,00	480,00
Gabetas	30	15,00	450,00
Total			2430,00
Menaje en General			
Alto sham	2	3000,00	6000,00
Calentadores	15	150,00	2250,00
Mesas de madera (300pax)	40	100,00	4000,00
Mesas de vidrio (200 pax)	40	250,00	10000,00
Sillas	300	60,00	18000,00
Servilletas	300	2,00	600,00
Platos Base de vidrio	300	15,00	4500,00
Platos Base (2 opciones)	600	10,00	6000,00
Juego completo de Mantelería	6	150,00	900,00
Caminos	25	10,00	250,00
Vajilla (entrada,sorbete, fuerte y postre)	300	20,00	6000,00
Vasos largos	300	1,00	300,00

Vasos cortos	300	1,00	300,00
Cristalería bajativos	300	1,00	300,00
Cubertería (entrada, sorbete, fuerte y postre)	300	28,00	8400,00
Copa Champagne	300	5,00	1500,00
Copas agua	300	6,00	1800,00
Copas tinto	300	5,00	1500,00
Copas blanco	300	4,00	1200,00
Tableros con caballete	30	50,00	1500,00
Juegos de utensilios de cocina	5	80,00	400,00
Coolers	3	60,00	180,00
Total			67630,00
Equipamiento para el personal			
Uniformes personal de planta	4	60,00	240,00
Uniformes personal eventual	40	15,00	600,00
Materiales de trabajo	4	50,00	200,00
Total			1040,00
Publicidad radial por paquete	5	1500,00	7500,00
TOTAL INVERSION			205027,44

Elaborado por: TORO, Francisco, 2013

6.1.2 Proyección de Ventas

Tomando en cuenta que por lo menos el 55% de la población solicita una vez al año un servicio de catering esto equivale a 49000 personas aproximadamente, de las cuales se ha tomado menos del 1% para la elaboración de la proyección de ventas, basándonos en que por semana mínimo se venda un evento social y uno corporativo, lo cual nos da un total de 96 posibles clientes al año.

En cuanto a los precios de venta, estos varían cada año, incrementando \$1.00

PROYECCIÓN DE VENTAS

PRODUCTO	PRIMER AÑO				SEGUNDO AÑO				TERCER AÑO				CUARTO AÑO				QUINTO AÑO			
	Prec. vta.	Prom. pax	Días trab	TOTAL DOLARES	Prec. vta.	Prom. pax	Días trab	TOTAL DOLARES	Prec. vta.	Prom. pax	Días trab	TOTAL DOLARES	Prec. vta.	Prom. pax	Días trab	TOTAL DOLARES	Prec. vta.	Prom. pax	Días trab	TOTAL DOLARES
Eventos sociales	26,00	150,00	48	187200,00	27,00	150,00	48	194400,00	28,00	150,00	48	201600,00	29,00	150,00	48	208800,00	30,00	150,00	48	216000,00
Eventos corporat.	13,00	80,00	48	49920,00	14,00	80,00	48	53760,00	15,00	80,00	48	57600,00	16,00	80,00	48	61440,00	17,00	80,00	48	65280,00
TOTALES			96	237120,00			96	248160,00			96	259200,00			96	270240,00			96	281280,00

6.1.3 Proyección de Costos

Para este presupuesto se ha tomado en cuenta los mismos factores anteriores, cabe mencionar que en este costo por evento ya está incluido el pago a personal eventual, materia prima y costos indirectos, ya que varían de acuerdo al número de pax por evento que soliciten.

PROYECCIÓN DE COSTOS

PRODUCTO	PRIMER AÑO				SEGUNDO AÑO				TERCER AÑO				CUARTO AÑO				QUINTO AÑO			
	Costo evento	Prom. pax	Días trab	TOTAL DOLARES	Costo evento	Prom. pax	Días trab	TOTAL DOLARES	Costo evento	Prom. pax	Días trab	TOTAL DOLARES	Costo evento	Prom. pax	Días trab	TOTAL DOLARES	Costo evento	Prom. pax	Días trab	TOTAL DOLARES
Eventos sociales	14,00	150,00	48	100800,00	14,00	150,00	48	100800,00	14,00	150,00	48	100800,00	15,00	150,00	48	108000,00	15,00	150,00	48	108000,00
Eventos corporat.	7,00	80,00	48	26880,00	7,00	80,00	48	26880,00	7,00	80,00	48	26880,00	8,00	80,00	48	30720,00	8,00	80,00	48	30720,00
TOTALES			96	127680,00			96	127680,00			96	127680,00			96	138720,00			96	138720,00

6.1.4 Presupuesto de Gastos

En el siguiente presupuesto se establecen los gastos anuales en los cuales debe incurrir el negocio.

PRESUPUESTO DE GASTOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos operativos					
Eventos sociales	100800,00	100800,00	100800,00	108000,00	108000,00
Eventos corporativos	26880,00	26880,00	26880,00	30720,00	30720,00
Gastos Administrativos					
Sueldos mas beneficios	24726,14	26932,80	29626,08	30384,48	33408,97
Suministros de Oficina	300,00	305,00	310,00	315,00	320,00
Gastos servicios básicos					
Luz	600,00	610,00	620,00	630,00	640,00
Agua	450,00	460,00	470,00	480,00	490,00
Internet	240,00	240,00	250,00	250,00	250,00
Teléfono	250,00	250,00	255,00	255,00	255,00
Otros Gastos					
Depreciaciones	10947,91	10947,91	10947,91	10181,24	10181,24
Capacitaciones en general	800,00	800,00	1000,00	1000,00	1000,00
Mantenimiento infraestructura	300,00	300,00	320,00	320,00	320,00
Mantenimiento equipos	400,00	400,00	400,00	420,00	420,00
Artículos de limpieza	350,00	355,00	360,00	365,00	370,00
TOTALES	167044,05	169280,71	172238,99	183320,73	186375,21

6.1.5 Depreciaciones

Para las depreciaciones se tomó en cuenta tres tipos de activos que son:

ACTIVO	VALOR TOTAL	AÑOS DE VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL
Muebles y Enseres	20282,44	10	2028,24
Maquinaria y Equipo	81530,00	10	8153,00
Equipo de Computación	2300,00	3	766.67
Total depreciación			10947,91

(VER ANEXO 1)

6.1.6 Sueldos y beneficios

De acuerdo al organigrama, incluye cuatro personas. Las variaciones de sueldo se dan de acuerdo a la ley, con un incremento aproximado del 10%.

AÑOS	TOTAL
Primero	24726,14
Segundo	26932,80
Tercero	29626,08
Cuarto	30384,48
Quinto	33408,97

(VER ANEXO 2)

6.1.7 Flujo de Caja

El flujo de caja sirve para establecer la factibilidad o no factibilidad del estudio, considerando los ingresos y egresos.

Para efectos del mismo se determinó la total factibilidad de la implementación de una empresa de catering en la ciudad de Babahoyo, mediante los siguientes resultados.

FLUJO DE CAJA

	INVERSIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Capital propio	205027,44					
Ventas Eventos sociales		187200,00	194400,00	201600,00	208800,00	216000,00
Venta eventos corporativos		49920,00	53760,00	57600,00	61440,00	65280,00
TOTAL INGRESOS	205027,44	237120,00	248160,00	259200,00	270240,00	281280,00
EGRESOS						
Costo eventos sociales		100800,00	100800,00	100800,00	108000,00	108000,00
Costo eventos corporativos		26880,00	26880,00	26880,00	30720,00	30720,00
Sueldos mas beneficios		24726,14	26932,80	29626,08	30384,48	33408,97
Suministros de Oficina		300,00	305,00	310,00	315,00	320,00
Luz		600,00	610,00	620,00	630,00	640,00
Agua		450,00	460,00	470,00	480,00	490,00
Internet		240,00	240,00	250,00	250,00	250,00
Teléfono		250,00	250,00	255,00	255,00	255,00
Depreciaciones		10947,91	10947,91	10947,91	10181,24	10181,24
Mantenimiento infraestructura		300,00	300,00	320,00	320,00	320,00
Capacitaciones en general		800,00	800,00	1000,00	1000,00	1000,00
Mantenimiento equipos		400,00	400,00	400,00	420,00	420,00
Artículos de limpieza		350,00	355,00	360,00	365,00	370,00
Terreno 1200m2	26400,00					
Construcción por m2	36000,00					
Carpa tipo coliseo	18000,00					
Adecuación de áreas verdes por m2	33600,00					
Equipamiento del área de cocina	9900,00					
Equipamiento de la oficina de adm.	2527,44					
Equipamiento de Bodegas	2430,00					
Menaje en General	67630,00					
Publicidad radial por paquete	7500,00					
Equipamiento para el personal	1040,00					
TOTAL EGRESOS	205027,44	167044,05	169280,71	172238,99	183320,73	186375,21
FLUJO NETO		70075,95	78879,29	86961,01	86919,27	94904,79
Depreciaciones		10947,91	10947,91	10947,91	10181,24	10181,24
Utilidad	-205027,44	81023,86	89827,20	97908,92	97100,52	105086,03

6.1.8 Análisis Financiero de la Factibilidad del Proyecto

Se tomó en cuenta los dos principales indicadores financieros:

TIR (Tasa Interna de retorno), que permite calcular el porcentaje de rentabilidad que tiene un proyecto, mientras que el VAN (Valor Actual Neto), que permite calcular el valor presente de un determinado flujo de caja futuros, originados por una inversión.

De tal modo que los resultados son los siguientes:

INVERSIÓN INICIAL	205027.44
TIR	34%
VAN	105490,94

CAPITULO VII

7.1 SEGURIDAD Y PLANES DE CONTINGENCIA

Para la elaboración de este capítulo se tomará en cuenta todas las áreas de trabajo de la empresa de catering, con la finalidad de establecer normativas y procedimientos que aporten y concienticen a los trabajadores sobre resguardar su vida y la de los demás.

7.1.1 Personal de trabajo

Al considerar al capital humano como el más valioso de la empresa, se ha establecido las siguientes reglas que son:

- Capacitación en cursos de primeros auxilios para todo el personal, ya sea en área de producción u oficinas.
- Simulacros en caso de incendios con amplia información en cuanto a interpretación de señalética.
- Capacitación para manipulación y uso en general de herramientas de prevención como: extintores, mangueras contra incendios, botiquín, etc.

7.1.2 Área de Cocina

Todas las personas que laboren en esta área deberán estar debidamente uniformadas, además de recibir el equipamiento adecuado para su desempeño. Está área y sus trabajadores contarán con:

- Botiquín de primeros auxilios
- Extintores contra incendios
- Guantes para manipulación de equipos calientes
- Capacitación para manipulación de alimentos
- Capacitación para debido uso de equipos en general y utensilios

7.1.3 Área de Bodega

Los encargados de esta área contarán con el debido equipamiento como es:

- Botiquín de primeros auxilios
- Uniformes térmicos para ingresar al cuarto frío
- Escaleras multifuncionales para un debido almacenamiento y orden.
- Capacitación para mantenimiento de equipos con la finalidad de evitar daños y a su vez accidentes.

7.1.4 Área de oficinas

Al igual que todas las áreas, esta deberá contar con su respectivo extintor y un botiquín de primeros auxilios.

7.1.5 Áreas verdes

Al tratarse de un área extensa, esta deberá recibir un adecuado mantenimiento, para lo cual se necesitan instrumentos como:

- Equipos de jardinería, los cuales serán manejados de forma responsable por alguien capacitado.
- Guantes, tijeras, y herramientas necesarias para la seguridad de quienes las usan.
- Mascarillas especiales para el uso de pesticidas y químicos necesarios en mantenimiento.

7.1.6 Parqueaderos

Esta área contará con la señalización adecuada, que guiará a los conductores, además de un guardia privado para garantizar la seguridad vehicular de invitados durante los eventos.

CAPÍTULO VIII

7.1 CONCLUSIONES

- Después de los estudios realizados podemos concluir que es viable implementar una nueva empresa de catering ya que al existir un mercado insatisfecho hay una gran oportunidad de ofertar un servicio y alimentos de excelente calidad a un precio mayor que el de la competencia ya que los consumidores están dispuestos a pagar un poco más a cambio de excelencia.
- Se puede decir que es un negocio rentable, basándonos en la disponibilidad de consumidores existentes que requieren de estos servicios por lo menos de una a dos veces al año.
- A pesar de ser una ciudad desarrollada, existen dos empresas que destacan como competencia directa, sin embargo, los consumidores esperan nuevas y mejores expectativas al requerir este tipo de servicios.
- Los menús ofrecidos por parte de la competencia son básicos y sencillos.
- Las personas que desean consumir alimentos tipo gourmet y recibir atención de calidad optan por ir a la ciudad de Guayaquil u otra cercana para encontrar establecimientos de esta categoría, por lo tanto, se planea que dichos consumidores puedan encontrar excelencia dentro de su ciudad.

7.2 RECOMENDACIONES

- Tomar en cuenta todos los puntos de este estudio de viabilidad como guía para un futuro proyecto de implementación de la empresa de catering.
- Mantener altos niveles de calidad para lograr un puntaje máximo de 5 en futuras encuestas, si se logra este resultado, será un indicador que demuestre estar siguiendo los lineamientos establecidos.
- Constantes capacitaciones en todos los niveles de jerarquía, para mantenernos dentro de los estándares de calidad.
- Constantes investigaciones de tendencias en cuanto a montajes de eventos, decoraciones, menús, etc.
- Supervisiones discretas para observación del desempeño del personal, con la única finalidad de corregir posibles errores que intervengan con el cumplimiento de los objetivos planteados.
- Observación del comportamiento de la competencia con la nueva implementación de la empresa de catering.

ANEXO 1

ACTIVO	CANT.	VALOR. U.	TOTAL
Muebles y Enseres			
Carpa tipo coliseo	1	18000,00	18000,00
Silla giratoria	1	33,91	33,91
Escritorio	1	113,53	113,53
Archivador	1	80	80,00
Area de trabajo	1	1500	1500,00
Estanterías	6	80	480,00
Gabetas	30	2,5	75,00
TOTAL			20282,44
Equipo de Computación			
Computador	2	1000	2000,00
Impresora	1	300	300,00
TOTAL			2300,00
Maquinaria y equipo			
Cocina	1	1200	1200,00
Parrilla	1	700	700,00
Pozo grande	1	1000	1000,00
Horno	1	1200	1200,00
Mesones	5	400	2000,00
Campanas	1	800	800,00
Cuarto frio	1	3000	3000,00
Gabetas	30	2,5	75,00
Alto sham	2	3000	6000,00
Calentadores	15	150	2250,00
Mesas de madera (300pax)	40	100	4000,00
Mesas de vidrio (200 pax)	40	250	10000,00
Sillas	300	60	18000,00
Servilletas	300	2	600,00
Platos Base de vidrio	300	15	4500,00
Platos Base (2 opciones)	600	10	6000,00
Juego completo de Mantelería	6	100	600,00
Camino	25	5	125,00
Vajilla (entrada,sorbete, fuerte y postre)	300	20	6000,00
Vasos largos	300	1	300,00
Vasos cortos	300	1	300,00
Cristalería bajativos	300	1	300,00
Cubertería (entrada, sorbete, fuerte y postre)	300	15	4500,00
Copa Champagne	300	5	1500,00
Copas agua	300	6	1800,00
Copas tinto	300	5	1500,00
Copas blanco	300	4	1200,00
Tableros con caballete	30	50	1500,00
Juegos de utensilios de cocina	5	80	400,00
Coolers	3	60	180,00
TOTAL			81530,00

ANEXO 2

PRIMER AÑO

N°	CARGO	SUELDO	APORTE PERSONAL	NETO A RECIBIR	APORTE PATRONAL	DECIMO TERCER SUELDO	DECIMO CUARTO SUELDO	VACACIONES	TOTAL COSTO
1	Chef ejecutivo	400	37,4	362,6	48,6	33,33	26,5	16,67	525,10
1	Capitan de Servicio	400	37,4	362,6	48,6	33,33	26,5	16,67	525,10
1	Gerente-Administr	450	42,075	407,925	54,675	37,50	26,5	18,75	587,43
2	Ayudantes de cocina	318	29,733	288,267	38,637	26,50	26,5	13,25	422,89
	TOTAL MES	1568	146,608	1421,392	190,512	130,67	106	65,33	2060,51
	TOTAL AÑO	18816	1759,296	17056,704	2286,144	1568	1272	784	24726,14

SEGUNDO AÑO

N°	CARGO	SUELDO	APORTE PERSONAL	NETO A RECIBIR	APORTE PATRONAL	DECIMO TERCER SUELDO	DECIMO CUARTO SUELDO	VACACIONES	FONDOS DE RESERVA	TOTAL COSTO
1	Chef ejecutivo	400,00	37,4	362,6	48,6	33,33	29,17	16,67	33,33	561,10
1	Capitan de Servicio	400	37,40	362,60	48,60	33,33	29,17	16,67	33,33	561,10
1	Gerente-Administr	450	42,08	407,93	54,68	37,50	29,17	18,75	37,50	627,59
2	Ayudantes de cocina	350	32,725	317,275	42,525	29,17	29,17	14,58	29,17	494,61
	TOTAL MES	1600	149,6	1450,4	194,4	133,33	116,67	66,67	133,33	2244,40
	TOTAL AÑO	19200	1795,2	17404,8	2332,8	1600,00	1400,00	800,00	1600,00	26932,80

TERCER AÑO

N°	CARGO	SUELDO	APORTE PERSONAL	NETO A RECIBIR	APORTE PATRONAL	DECIMO TERCER SUELDO	DECIMO CUARTO SUELDO	VACACIONES	FONDOS DE RESERVA	TOTAL COSTO
1	Chef ejecutivo	440,00	41,14	398,86	53,46	36,67	32,08	18,33	36,67	617,21
1	Capitan de Servicio	440	41,14	398,86	53,46	36,67	32,08	18,33	36,67	617,21
1	Gerente-Administr	495	46,28	448,72	60,14	41,25	32,08	20,63	41,25	690,35
2	Ayudantes de cocina	385	35,9975	349,0025	46,7775	32,08	32,08	16,04	32,08	544,07
	TOTAL MES	1760	164,56	1595,44	213,84	146,67	128,33	73,33	146,67	2468,84
	TOTAL AÑO	21120	1974,72	19145,28	2566,08	1760,00	1540,00	880,00	1760,00	29626,08

CUARTO AÑO

N°	CARGO	SUELDO	APORTE PERSONAL	NETO A RECIBIR	APORTE PATRONAL	DECIMO TERCER SUELDO	DECIMO CUARTO SUELDO	VACACIONES	FONDOS DE RESERVA	TOTAL COSTO
1	Chef ejecutivo	440,00	41,14	398,86	53,46	36,67	35,25	18,33	36,67	620,38
1	Capitan de Servicio	440	41,14	398,86	53,46	36,67	35,25	18,33	36,67	620,38
1	Gerente-Administr	495	46,28	448,72	60,14	41,25	35,25	20,63	41,25	693,52
2	Ayudantes de cocina	423	39,5505	383,4495	51,3945	35,25	35,25	17,63	35,25	597,77
	TOTAL MES	1798	168,113	1629,887	218,457	149,83	141,00	74,92	149,83	2532,04
	TOTAL AÑO	21576	2017,356	19558,644	2621,484	1798,00	1692,00	899,00	1798,00	30384,48

QUINTO AÑO

N°	CARGO	SUELDO	APORTE PERSONAL	NETO A RECIBIR	APORTE PATRONAL	DECIMO TERCER SUELDO	DECIMO CUARTO SUELDO	VACACIONES	FONDOS DE RESERVA	TOTAL COSTO
1	Chef ejecutivo	484,00	45,254	438,746	58,806	40,33	38,75	20,17	40,33	682,39
1	Capitan de Servicio	484	45,25	438,75	58,81	40,33	38,75	20,17	40,33	682,39
1	Gerente-Administr	544	50,86	493,14	66,10	45,33	38,75	22,67	45,33	762,18
2	Ayudantes de cocina	465	43,4775	421,5225	56,4975	38,75	38,75	19,38	38,75	657,12
	TOTAL MES	1977	184,8495	1792,1505	240,2055	164,75	155,00	82,38	164,75	2784,08
	TOTAL AÑO	23724	2218,194	21505,806	2882,466	1977,00	1860,00	988,50	1977,00	33408,97

Bibliografía

- *CANTON BABAHOYO*. (s.f.). Recuperado el AGOSTO de 2012, de <http://es.wikipedia.org/wiki/Babahoyo>
- *CIUDAD DE BABAHOYO*. (s.f.). Obtenido de <http://www.viajandox.com/losrios/babahoyo-canton.htm>
- *GALERIA DE IMÁGENES GOOGLE*. (agosto de 2012). Obtenido de www.google.com
- *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2010*. (s.f.). Obtenido de http://www.inec.gob.ec/inec/index.php?option=com_remository&func=fileinfo&id=718&Itemid=413&lang=es
- *MAPA DE LA PROVINCIA DE LOS RÍOS*. (s.f.). Obtenido de http://mapas.owje.com/5775_mapa-de-la-provincia-de-los-rios-ecuador.html
- *NACIMIENTO DEL CATERING*. (s.f.). Recuperado el AGOSTO de 2012, de <http://www.historiacocina.com/gourmets/index.htm>
- *PAGINA WEB CANTÓN BABAHOYO*. (s.f.). Recuperado el AGOSTO de 2012, de <http://www.babahoyo.gob.ec/pagina.php?id=3>
- *Viajandox.com*. (s.f.). Recuperado el AGOSTO de 2012, de <http://www.viajandox.com/losrios/babahoyo-canton.htm>
- *WIKIPEDIA, E.* (2012). *Catering en el mundo*. Recuperado el 1 de Agosto de 2012, de <http://es.wikipedia.org/wiki/Catering>