



# UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

## MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

### TÍTULO

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE CATERING PARA EL CANTÓN LA JOYA DE LOS SACHAS PROVINCIA DE ORELLANA”.**

Tesis previa a la Obtención  
del Grado de Ingeniería  
Comercial

**AUTORA: *BLANCA PIEDAD MOROCHO GUANUQUIZA***

**DIRECTOR: *ING. ÉDISON ESPINOSA BAILÓN.***

***LOJA – ECUADOR***

***2014***

## CERTIFICACIÓN

*Ing. Mg. Édison Espinosa Bailón*

**DIRECTOR DE TESIS**

**CERTIFICA:**

Que la tesis previa a la obtención del grado de INGENIERA COMERCIAL, del tema: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE CATERING PARA EL CANTÓN LA JOYA DE LOS SACHAS PROVINCIA DE ORELLANA”**, realizado por la aspirante Blanca Piedad Morocho Guanuquiza, cumple con los requisitos establecidos por las normas generales para la graduación en la Universidad Nacional de Loja, tanto en aspectos de forma como de contenido. Por lo cual me permito autorizar su presentación para los fines pertinentes.

Loja, Julio del 2014.



*Ing. Mg. Édison Espinosa Bailón*

**DIRECTOR DE TESIS**

## AUTORÍA

Yo, Blanca Piedad Morocho Guanuquiza, declaro ser la autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el Repositorio Institucional-biblioteca Virtual.

Firma:



Blanca Piedad Morocho Guanuquiza

Cédula: 2200016554

Fecha: Julio del 2014

**CARTA DE AUTORIZACION DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR, PARA LA CONSULTA, REPRODUCCION PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACION ELECTRONICA DEL TEXTO COMPLETO**

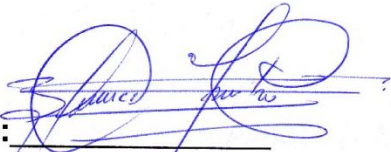
Yo, Blanca Piedad Morocho Guanuquiza, declaro ser autora de la tesis Titulada "**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE CATERING PARA EL CANTÓN LA JOYA DE LOS SACHAS PROVINCIA DE ORELLANA**". Como requisito para optar al título de **Ingeniera Comercial**; autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de su visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de Información de país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja no se responsabiliza por el plagio o copia de la tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización en la ciudad de Loja a los 15 días del mes de julio del dos mil catorce, firma la autora.

Firma:



**Autora:** Blanca Piedad Morocho Guanuquiza

**Cedula:** 2200016554

**Dirección:** la Joya de los Sachas. Calles: Los Fundadores y García Moreno.

**Correo Electrónico:** blanquipmg@yahoo.es

**Teléfono:** 0994744411

**DATOS COMPLEMENTARIOS:**

**Director de Tesis:** Mg. *Edison Espinosa Bailón*

|                           |                      |            |
|---------------------------|----------------------|------------|
| <b>Tribunal de Grado:</b> | Mg, Carlos Rodríguez | PRESIDENTE |
|                           | Mg, Luis Quizhpe     | VOCAL      |
|                           | Mg, Galo Salcedo     | VOCAL      |

## **AGRADECIMIENTO**

Mi sincero y profundo agradecimiento en primera instancia a Dios por brindarme salud y vida e iluminarme en todos los procesos de conocimiento, también a mis padres por brindarme su apoyo y comprensión, también mi agradecimiento infinito a todos quienes fueron mis maestros porque me brindaron sus conocimientos para poder llegar a cumplir esta meta.

Gracias a todos quienes estuvieron conmigo en el caminar para trazar esta meta profesional muy importante en mi vida.

**LA AUTORA**

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo a mi familia por porque sin su ayuda no hubiese podido lograr una meta más de mi vida, lo dedico especialmente a mis padres, hermanos quien día a día me han fortalecido para hacer realidad uno de mis sueños que son los de ellos también, y me transmiten la fuerza para vencer cualquier obstáculo.

**Blanca Piedad**

**a) TÍTULO**

***“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
EMPRESA DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE CATERING  
PARA EL CANTÓN LA JOYA DE LOS SACHAS PROVINCIA DE  
ORELLANA”.***

## **b) RESUMEN**

### **CASTELLANO**

El presente estudio fue realizado en el cantón Joya de los Sachas, con el objetivo de dar respuesta a la necesidad de implementación de una empresa de servicios de Catering, para lo que fue necesario realizar los estudios: de mercado, técnico, administrativo y financiero; los mismos que permitirán determinar la viabilidad comercial de la empresa de servicios en el antes mencionado cantón. Lo que con éste estudio se pretende aportar a la solución del problema de desempleo en el cantón y de ésta manera aportar al fortalecimiento socio-económico.

Para el desarrollo de la presente investigación se utilizaron métodos, técnicas e instrumentos de investigación como:

El método científico, el mismo que permitió la elección de las técnicas de investigación que se utilizaron como son la, observación y encuestas, lo que facilitó la recolección de la información, el procesamiento y la organización de los datos obtenidos, con el fin de conocer las necesidades del mercado a donde está dirigido el servicio.

El Método Deductivo, que permitió realizar una descripción amplia de la oferta y la demanda del servicio que se pretende ofrecer en el mercado. El Método Inductivo se utilizó para determinar las demandas potencial y efectiva; también permitió establecer las conclusiones y recomendaciones de cada uno de los estudios que comprenden toda la investigación. El



método estadístico comprende el manejo de datos cualitativos y cuantitativos de la investigación, este método fue especialmente utilizado en la tabulación y representación gráfica de los datos obtenidos en el estudio de mercado. El método analítico, este método se utilizó para el análisis e interpretación de los resultados de las encuestas aplicadas a los empleados públicos y privados del catón Joya de los Sachas así como los otros datos que se determinaron a lo largo del estudio investigativo.

En el estudio de mercado se establece la demanda y la oferta del servicio, obteniendo una demanda insatisfecha de 164.308 almuerzos que requerirán el servicio, con un porcentaje de participación en el mercado de 23,37% posteriormente se establece el plan de comercialización, determinación del precio, publicidad del servicio de Catering. El estudio técnico se detalla el tamaño y la localización de la planta, en el cual se indica que la empresa de Catering ubicada en las calles, Estefanía Crespo y Av. Los Fundadores. Para el primer año de vida útil del proyecto se trabajará con una capacidad instalada del 75% con un total de 28.800 servicios al año; en lo referente al estudio organizacional, de acuerdo a la ley de compañías empresa de Catering se establece cómo una compañía limitada aquí también se detalla todo lo referente a la base filosófica de la misma, estructura administrativa interna, y desarrollo de manuales de funciones; en el cual se especifican las actividades de los empleados en cada uno de los puestos de trabajo.

La razón social de la empresa será PACHAMAMA COCINA CREATIVA CÍA. LTDA.

El proyecto de Catering, requerirá de una inversión de \$27.008, lo que será cubierto el 44,46% con dinero propio de los inversionistas y el 55,54% del capital requerirá de financiamiento externo, para lo que solicitará un crédito de \$15.000 en el Banco Nacional de Fomento del cantón a dos años plazo. La empresa de Catering, para llegar al punto de necesita producir el **75,20%** de su capacidad instalada en el primer año y un total de ventas del servicio de **\$73.280,55**. Se considera que el proyecto es posible la implementación ya que el estado de pérdidas y ganancias refleja un superávit de **\$9.918,16** para el primer año.

El Estudio Financiero demostró por medio de Estados de Pérdidas y Ganancias y Flujos de Caja del Inversionista que la propuesta es factible ya que muestra una utilidad desde el primer año.

En la evaluación financiera del proyecto presenta los siguientes indicadores: El valor del VAN es de **\$18.284, 17** es positivo lo que indica que se acepta la propuesta de factibilidad de servicios de Catering., debido a que la inversión inicial del proyecto se incrementará a partir del primer año. La TIR, es de 36,42% es mayor a la tasa con la que solicitará el crédito por lo tanto el proyecto se acepta. En el periodo de recuperación de la inversión; La inversión inicial del proyecto se recuperará en 2 años, 1 mes y 29 días. En la relación beneficio costo se ha determinado que por cada dólar invertido la empresa tendrá 0,71 centavos de ganancia. En el análisis de sensibilidad el

proyecto soporta un incremento de costos del 5,26% y una disminución de los ingresos del **2,89%**.

.Una vez concluido con la fase de elaboración y evaluación del proyecto se concluyó que el proyecto puede ser ejecutado ya que los resultados previamente obtenidos así lo indican, es así que recomiendo tener en consideración para poner en marcha el mismo. ha continuación se presenta la bibliografía la que se recopiló de distintas fuentes de información como libros publicaciones e internet, finalmente se hace constar anexos que son el soporte para poder comprender el trabajo de investigación realizado, en donde también se detalla la propuesta de menús que se ofrecerá en el primer mes de ejecución del proyecto.

## **ABSTRACT**

This study was conducted in the Joya canton Sachas, with the aim of responding to the need to implement an enterprise catering services, for which it was necessary studies: market, technical, administrative and financial; allow them to determine the commercial viability of services in the above county. What this study aims to contribute to the solution of the problem of unemployment in the county and in this way contribute to the socio-economic empowerment.

For the development of this research methods, techniques and research tools as were used:

The scientific method, which allowed the same choice of research techniques were used such as, observation and surveys, which facilitated data collection, processing and organization of the data, in order to meet market requirements where the service is run.

The Deductive Method, which allowed a comprehensive description of the supply and demand for the service to be offered on the market. The inductive method was used to determine potential and actual claims; also allowed to establish findings and recommendations of each of the studies that comprise the entire investigation. The statistical method comprises the management of qualitative and quantitative research data, this method was especially used in the tabulation and graphical representation of data obtained in the market study. The analytical method, this method was used for the analysis and interpretation of the results of surveys of public and private employees

Sachas Jewel of Cato and other data that were determined during the research study.

In the study of market demand and supply of the service is established, obtaining an unmet demand of 164.308 lunches that require service, with a percentage of market share of 23.37% thereafter the marketing plan is established, determining the price, advertising Catering service. The technical study the size and location of the plant, which indicates that the catering company located in the streets, Estefania Crespo and Av Founders detailed. For the first year of life of the project will work with an installed capacity of 75% with a total of 28,800 services per year; in relation to organizational study, according to the law of companies catering company sets out how a company limited here everything about the philosophical basis of the same, internal administrative structure, and development of hand function is detailed; in which the activities of employees in each of the specified jobs.

The corporate name of the company will PACHAMAMA CREATIVE CUISINE CIA. LTDA.

The draft Catering, require an investment of \$ 27,008, which will be covered 44.46% with own money from investors and 55.54% of the capital require external financing, which asked for a credit of \$ 15,000 in the National Development Bank of Canton two years plazo. La catering company, to reach the point of need to produce 75.20% of installed capacity in the first year and a total sales of \$ 73,280.55 service. It is considered that the project

implementation is possible as the profit and loss reflects a surplus of \$ 9,918.16 for the first year.

The Financial Study demonstrated by States Income and Cash Flow Investor that the proposal is feasible as a net income from the first year.

The financial evaluation of the project has the following indicators:.. The value of NPV is \$ 18,284, 17 is positive indicating that the proposal feasibility of catering services is accepted, because the initial investment in the project will increase from the first year. The IRR is 36.42% is greater than the rate at which it will request credit so the project is accepted. During the period of return on investment; The project's initial investment will be recovered in 2 years, 1 month and 29 days. The cost benefit ratio has been determined that for every dollar invested company will gain 0.71 cents. In the sensitivity analysis supports the project cost increase of 5.26% and a decrease in revenue of 2.89%. Upon completion of the development and evaluation phase of the project concluded that the project can be executed as previously obtained results so indicate, so I recommend having regard to launch it. literature is presented below which was compiled from various information sources such as books and internet publications finally annexed notes that are the support to understand the research work, where the proposal is detailed menu is made to be offered in the first month of the project.

### c) INTRODUCCIÓN

El propósito de éste estudio es incentivar el desarrollo de nuevos emprendimientos a través del desarrollo de un Proyecto de Factibilidad, es por ello que el trabajo está orientado especialmente a quienes tengan el interés de generar nuevos negocios en el cantón Joya de los Sachas, poniendo en consideración una propuesta de una empresa de servicios de Catering con el fin de contribuir al desarrollo económico de la ciudad y por ende el país.

El contenido del presente trabajo está estructurado de acuerdo a las normas generales para la graduación establecidas por la Universidad Nacional de Loja, donde se considera:

- a) **La introducción**, aquí se realiza una descripción general de cada una de las partes de las que se compone el proyecto
- b) **revisión de la Literatura**, en la cual consta el marco referencial del servicio que se pretende ofrecer y la fundamentación teórica del trabajo de investigación.
- c) **Metodología**, utilizada la cual describe los métodos, técnicas y procedimientos utilizados para la recolección y procesamiento de la información necesaria para conocer con certeza si el proyecto va a ser factible su implementación.

El desarrollo del presente estudio comprende cuatro etapas:

- d) **El estudio de mercado** que distingue el diagnóstico de la situación actual y futura del sector en cuanto a las necesidades de los clientes

sobre la empresa de servicios de Catering, se realizó a través de la aplicación de encuestas dirigidas al segmento de mercado seleccionado, los resultados obtenidos permitieron establecer la demanda y oferta del servicio, posteriormente se procedió a establecer un plan de comercialización en donde se hace énfasis a las 4 pes de marketing, que son producto, plaza promoción y precio: en éste caso el producto son los servicios de Catering (almuerzos para empleados públicos y privados) que se va a ofrecer en el cantón, características del servicio, el precio, la competencia y los rubros que se tomó en cuenta para calcularlo, plaza, en donde se ofrecerá el servicio, la promoción y publicidad donde se expondrán los medios de mayor sintonía que utilizará la empresa para dar a conocer el servicio de Catering como por ejemplo la radio de mayor sintonía del cantón Joya de los sachas.

- e) **El Estudio Técnico** se presenta en base a los resultados obtenidos en el estudio de mercado en el que se esquematizó el tamaño y localización de la planta, se determinó la capacidad a instalar y el porcentaje que se utilizará para producir que en éste caso será del 75% de la capacidad instalada para el primer año de operaciones, se efectuó el estudio de la macro localización en base a mapas y planos municipales y la micro localización a través de factores que hay que tener en consideración como: el transporte, recursos, mano de obra, disponibilidad de servicios básicos, etc. Luego consta la descripción de procesos, diagramas y flujogramas de procesos, describiendo



tiempos, movimientos, maquinaria y equipo utilizado; adicional a esto se realizó el plano de las instalaciones considerando las especificaciones del lugar y la distribución de maquinarias y equipos para poder ofrecer el servicio

- f) **En el Estudio Organizacional**, se establece la respectiva organización legal, se define la estructura organizativa empresarial, niveles jerárquicos y manuales de funciones, que servirán de base para un normal desenvolvimiento de las funciones en la nueva unidad productora.
- g) **El Estudio Financiero**, se realiza con la finalidad de conocer la inversión requerida para la implementación de la empresa de Catering, las fuentes de financiamiento, los presupuestos de costos e ingresos. Se realiza la evaluación financiera a través de indicadores que permitieron establecer la ejecución y conveniencia económica del proyecto.

Después de realizar los estudios necesarios para la implementación del proyecto se plantea

- h) **Las conclusiones y recomendaciones**, las mismas que se pretende sean de gran utilidad para quienes se interesen en la ejecución del proyecto en donde se detalla los indicadores financieros que determinan la factibilidad financiera del proyecto.
- i) **En la bibliografía** que constituye la fuente de consulta y apoyo teórico en el desarrollo del proyecto.

- j) Los anexos se incluye la ficha resumen del proyecto de factibilidad del servicio de Catering, los modelos de los instrumentos de recolección de información y demás componentes que se requieran para la ejecución del proyecto de Catering en el cantón Joya de los Sachas.

## d) REVISIÓN DE LITERATURA

### MARCO REFERENCIAL

#### Empresas de Restaurante

“En el caso de empresas de restaurantes primero se procede a realizar la operación de compras en base a las necesidades del menú ofertado por el establecimiento, para posteriormente realizar todos los procesos a cada uno de los géneros dándoles un trato para cada caso para un correcto almacenamiento y bodegaje de la materia prima, se continua con la requisición de la materia prima, necesaria para mantener un orden existencias, posteriormente se procede a la producción de las recetas estándar en base al menú ofertado por el establecimiento de acuerdo su especialidad. Una vez que se ha producido el producto de venta se procede a ofertar al cliente para recibir su pedido (comanda) el cual, visto de otro punto de vista equivale al contrato entre cliente-establecimiento por el cual el cliente pagará por los productos y servicios recibidos, cabe señalar que en este caso el establecimiento, nunca podrá saber el volumen de venta exacto, hasta que exista un cierre de caja.”<sup>1</sup>

### GENERALIDADES DEL CATERING

“**CATERING**” “palabra muy conocida y mencionada en el mundo culinario o en las empresas dedicadas a alimentos y bebidas, pero también cabe señalar que esto tan solo queda en eso “una palabra”. Al hablar sobre

---

<sup>1</sup> Cooper, Brian, Cómo iniciar y administrar un restaurante, Editorial Norma, Bogotá Colombia, 2012

catering, en la mayoría de los casos relacionamos con el servicio de alimentos en un evento social, razón por la cual estas acciones las llevan a cabo desde las más grandes empresas hoteleras hasta el cocinero empírico.

### GRÁFICA 1



Por todos estos aspectos es necesario entender claramente sobre lo que es el catering, y los conocimientos que se debe tener al respecto. Partiendo de la base del concepto de la palabra cater se puede decir que:

**Cater.-** abastecer, proveer (de víveres) complacer o halagar a uno en sus gustos.”<sup>2</sup>

### GRÁFICA 2



“De allí que catering, en el sector alimenticio se lo denomina al servicio de alimentos, pero con características muy propias y que diferencian de

---

<sup>2</sup> Sesmero , José Luis Sesmero, Aprovisionamiento y montaje para servicios de catering, Editorial IC, Bogotá, Colombia, 2011

cualquier otro tipo de servicio alimenticio. Las operaciones del catering realizan una variedad de tareas que van desde preparar una sencilla receta hasta organizar un banquete para miles de personas con un menú completo (aperitivos, entradas, sopas, platos fuertes, postres, bocadillos, bebidas, etc.) la barra de servicio, de bebidas, y el servicio apropiado para cada una de estas operaciones. El catering encierra y clasifican enteramente cada una de las funciones a cumplirse.”<sup>3</sup>

### **ALMUERZOS**

“Su término proviene del latín admordium, de amordere (morder ligeramente) y refiere a la primera comida principal que se ingiere durante el día, generalmente alrededor del mediodía. En algunos lugares, el almuerzo también refiere a la comida que se consume entre el desayuno y la comida del mediodía. Ambas valoraciones son correctas.”<sup>4</sup>

### **CONCEPTO DE EMPRESAS DE CATERING.**

#### **GRÁFICA 3**



<sup>3</sup> Gallego, Jesús Felipe, Gestión de alimentos y bebidas para hoteles, bares y restaurantes, Editorial Paraninfo S.A., Madrid, España, 2005

<sup>4</sup> Hofmann, Werner, Edouard Manet, Almuerzo en el estudio, Editorial Siglo XXI, México, 2006

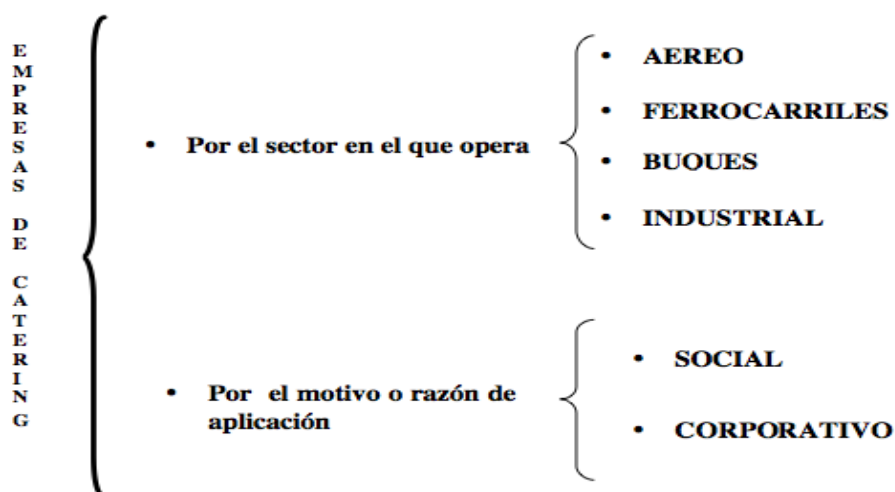
“Se considera una empresa de catering a las industrias de elaboración de comidas para consumo en colectividades fuera del establecimiento de producción, el cual se prestara con el equipamiento, servicio y personal necesario para satisfacer las necesidades de los clientes.

Todas estas deberán operar con procedimientos acordes a las exigencias en higiene y sanidad y sobre todo ética profesional.”<sup>5</sup>

“Catering es una parte importante de cualquier evento si se trata de un evento corporativo, inauguración de una galería, fiesta de la boda, firma de libros, seminarios, cena de ensayo o cualquier otro evento. Organizar un evento exitoso requiere de mucho tiempo, dedicación y trabajo duro. Si una persona planea organizar un evento al aire libre o un evento bajo techo, él o ella tiene que elegir los servicios de restauración la mejor manera posible.

## CATEGORÍAS DE EMPRESAS DE CATERING

### GRÁFICA 4



<sup>5</sup> <http://adomicilio.ec/e/catering-service-catering-ecuador>

### **Por el sector en el que opera**

**“Catering Aéreo** Se trata de industrias que preparan en un edificio normalmente separado de las instalaciones del aeropuerto, una serie de alimentos para el consumo de los pasajeros y tripulaciones que vayan a bordo de la aeronave. Están incluidas dentro de esta categoría a aquellas otras que suministran comidas en los bares, cantinas de los aeropuertos, y que de forma habitual pueden preparar en sus cocinas, alimentos para el consumo a bordo de las aeronaves.

**Catering de Ferrocarriles** Se trata de industrias que preparan en un edificio, normalmente ubicado en una estación de ferrocarril, comidas para consumo, a bordo de trenes de diferentes tipos, bien por los usuarios o por los empleados de los mismos.”<sup>6</sup>

**Catering de Buques** Se trata de industrias que preparan comidas normalmente en edificios situados en los puertos, para consumo por parte de las tripulaciones y pasajeros a bordo de los buques de carga o pasaje.

**“Catering Industrial** El servicio de alimentación prestado a empresas o industrias en situaciones fuera de lo común, como en lugares con dificultad de acceso a zonas urbanas, empresas que operan en zonas selváticas o montañosas, las cuales laboran con horarios corridos de trabajo por lo que requieren todas las comodidades que la alimentación lo requiera. A esto se lo denomina catering industrial ya que las características principales es que en la mayoría de los casos los volúmenes de alimentos servidos diariamente son en gran volumen y de estilo casero.

---

<sup>6</sup> Sesmero, José Luis, Servicio de catering, Editorial Vértice, Madrid España, 2010

### **Por el motivo o razón de aplicación**

**Catering Social** Se considera catering social al servicio de alimentos fuera del establecimiento de producción, en lugares escogidos por los clientes y en muchos de los casos en sus domicilios estos pueden ser, residencias, casas de eventos, haciendas, clubes, etc. La característica principal es que el motivo de estos eventos son de carácter social pueden ser: matrimonios, cumpleaños, bautizos, primeras comuniones, aniversarios etc.”<sup>7</sup>

**“Catering Corporativo** Se denomina catering corporativo al servicio de comida prestada a clientes que figuran con la denominación de su razón social, es decir que sus clientes son empresas, instituciones que contratan el servicio de abastecimiento de alimentos a sus trabajadores ya sean estos de alimentación diaria o en ocasiones especiales. Las corporaciones utilizan los caterers para eventos como bufetes de comida fría, en días festivos, picnics, galas entre otros.”<sup>8</sup>

### **“CARACTERÍSTICAS DEL NEGOCIO DE CATERING.**

Las diferentes clases de empresas de catering se puede observar aspectos o características comunes entre todas las clases de empresas relacionadas a este sector laboral, entre ellas se cita las siguientes:

Servicio de alimentos fuera del establecimiento de producción.

El lugar de servicio no es fijo.

Los volúmenes de producción en su mayoría son en gran volumen.

---

<sup>7</sup> Shiring, Stephen, Introduction to Catering, Editorial Columbia, Dallas Estados Unidos, 2011

<sup>8</sup> Gámez, Silena María, Recepción y Lavado de Servicios de Catering, Editorial IC, Madrid España 2011



En muchos de los casos este tipo de servicio se da en ocasiones especiales para el cliente.

Si el servicio de alimentos es fuera del establecimiento de producción, entonces se puede deducir que para estas actividades es fundamental considerar como aspecto importante el transporte.

En todas las clases de empresas de catering se menciona la clase de clientes a las cuales se van a dar el servicio por lo cual, se sabrá el volumen exacto o al menos aproximado al cual alimentaremos.

A diferencia de otros banquetes en este se puede prever aspectos anticipadamente como los volúmenes necesarios de géneros alimenticios, bebidas.”<sup>9</sup>

“La materia prima puede comprarse con la mayor exactitud y se puede evitar pérdidas o desperdicios ocasionados por sobrantes de la materia prima.

El personal a emplearse será el necesario y cada uno de ellas sabrá su labor con exactitud y no existirá personal desocupado o extraviado en su campo de acción. Podríamos seguir deduciendo muchas más características de este tipo de negocio, lo que nos ayudara a comprender cada vez más sobre lo importante que es aplicar procedimientos minuciosos, necesarios y con bases sólidas de conocimientos para su correcta aplicación. Para tener una visión más clara sobre lo que es una empresa de catering a continuación citaremos las diferencias sobre una empresa de catering y una empresa de restaurantes.”<sup>10</sup>

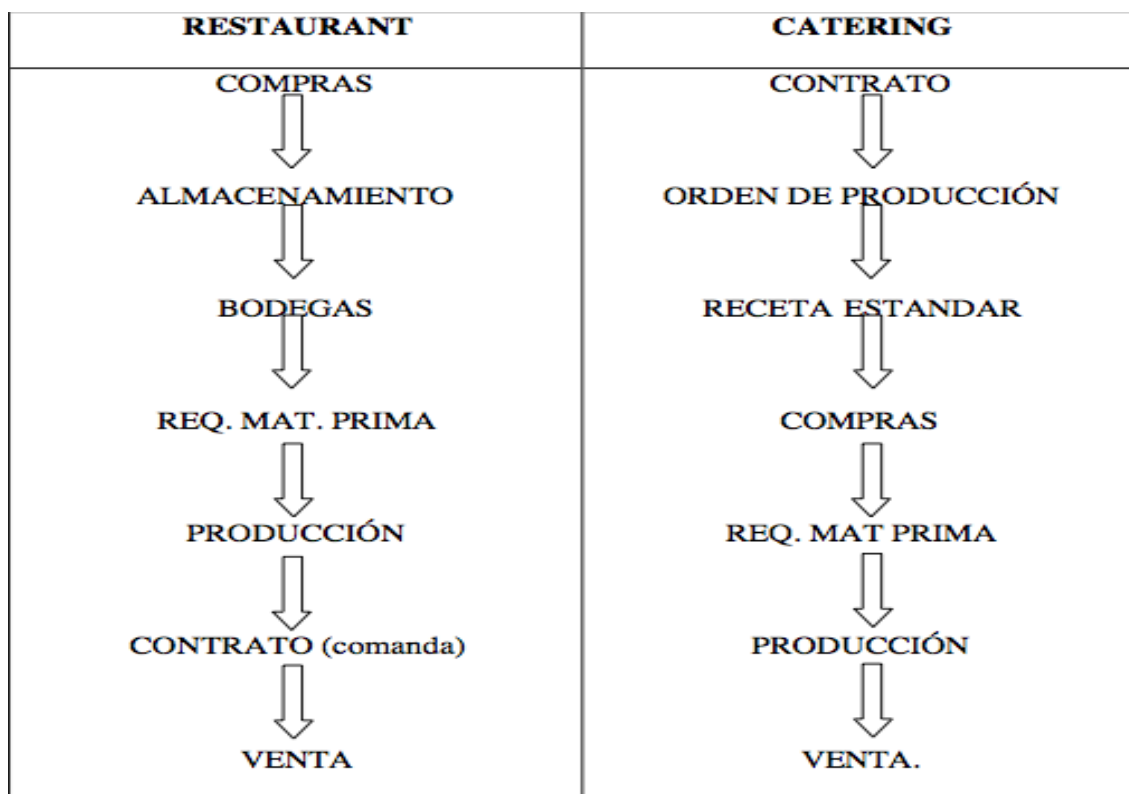
---

<sup>9</sup> [http://articulo.deremate.com.ec/MEC-11049404-catering-service-empresarial-o-personal-para-eventos-\\_JM](http://articulo.deremate.com.ec/MEC-11049404-catering-service-empresarial-o-personal-para-eventos-_JM)

<sup>10</sup> Taylor, Eunice, Fundamentos de la Teoría y Práctica Del Catering

## DIFERENCIAS ENTRE EMPRESAS DE CATERING A RESTAURANTES.

GRÁFICA 5



### VENTAJAS DEL NEGOCIO DE CATERING

“Proveer alimentos es una de las maneras de obtener utilidades en la industria del food service, ya que en la mayoría de los casos las ventas son de gran volumen y normalmente se consigue un 25% de prepago a la firma del contrato. Por ello se puede considerar que el aprovisionamiento de alimentos es una transacción comercial que genera una ganancia regular bajo transacciones que pueden ser controladas.

Algunas de las características que se las considera como ventajas para el negocio de catering:

- Los depósitos.

- Los costos de comidas controlables
- Los costos de labor controlables
- Los inventarios limitados.
- Los réditos adicionales.
- La previsión exacta.
- La inversión inicial baja y el negocio por el contrato”<sup>11</sup>

## **MARCO CONCEPTUAL**

### **Proyecto**

"Un proyecto es una herramienta o instrumento que busca recopilar, crear, analizar en forma sistemática un conjunto de datos y antecedentes, para la obtención de resultados esperados. Es de gran importancia porque permite organizar el entorno de trabajo".<sup>12</sup>

### **Importancia**

Un proyecto consiste esencialmente en organizar un conjunto de acciones y actividades a realizar, que implican el uso y aplicación de recursos humanos, ambientales, financieros y técnicos en una determinada área o sector, con el fin de lograr ciertas metas u objetivos. En el proceso de formulación, quien lo hace organiza las ideas de una manera lógica, precisa los objetivos que pueden obtenerse, de ello deriva la importancia de un proyecto

### **Tipos de proyectos**

---

<sup>11</sup> Sesmero, José Luis, Servicio de catering, Editorial Vértice, Madrid España, 2010

<sup>12</sup> <http://www.promonegocios.net/proyecto/concepto-proyecto.html>

Los proyectos pueden ser de diversa índole, una clasificación a partir del fin buscado puede ser la siguiente:

- **Proyectos de inversión privada:** En este caso el fin del proyecto es lograr una rentabilidad económica financiera, de tal modo que permita recuperar la inversión de capital puesta por la empresa o inversionistas diversos, en la ejecución del proyecto.

- **Proyectos de inversión pública:** En este tipo de proyectos, el estado es el inversionista que coloca sus recursos para la ejecución del mismo, el estado tiene como fin el bienestar social, de modo que la rentabilidad del proyecto no es sólo económica, sino también el impacto que el proyecto genera en la mejora del bienestar social en el grupo beneficiado o en la zona de ejecución, dichas mejoras son impactos indirectos del proyecto, como por ejemplo generación de empleo, tributos a reinvertir u otros. En este caso, puede ser que un proyecto no sea económicamente rentable per se, pero su impacto puede ser grande, de modo que el retorno total o retorno social permita que el proyecto recupere la inversión puesta por el estado.

- **Proyectos de inversión social:** Un proyecto social sigue el único fin de generar un impacto en el bienestar social, generalmente en estos proyectos no se mide el retorno económico, es más importante medir la sostenibilidad futura del proyecto, es decir si los beneficiarios pueden seguir generando

beneficios a la sociedad, aun cuando acabe el período de ejecución del proyecto.<sup>13</sup>

## **Proyectos de Factibilidad**

### **Factibilidad**

Se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señaladas. Generalmente la factibilidad se determina sobre un proyecto.

El estudio de factibilidad, es una de las primeras etapas del desarrollo de un sistema informático. El estudio incluye los objetivos, alcances y restricciones sobre el sistema, además de un modelo lógico de alto nivel del sistema actual (si existe). A partir de esto, se crean soluciones alternativas para el nuevo sistema, analizando para cada una de éstas, diferentes tipos de factibilidades.

Los tipos de factibilidades básicamente son:

- Factibilidad técnica: si existe o está al alcance la tecnología necesaria para el sistema.
- Factibilidad económica: relación beneficio costo.
- Factibilidad operacional u organizacional: si el sistema puede funcionar en la organización.

---

<sup>13</sup> [http://www.eumed.net/libros-gratis/2007a/232/tipo\\_proyecto.html](http://www.eumed.net/libros-gratis/2007a/232/tipo_proyecto.html)

Para cada solución factible, se presenta una planificación preliminar de su implementación.

Estos resultados se entregan a la gerencia, quienes son los que aprueban la realización del sistema informático.

El estudio de factibilidad, es una tarea que suele estar organizada y realizada por los analistas de sistemas. El estudio consume aproximadamente entre un 5% y un 10% del costo estimado total del proyecto, y el período de elaboración del mismo varía dependiendo del tamaño y tipo de sistema a desarrollar.<sup>14</sup>

Es una propuesta de acción técnico económica para resolver una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles, los cuales pueden ser, recursos humanos, materiales y tecnológicos entre otros. Es un documento por escrito formado por una serie de estudios que permiten al emprendedor que tiene la idea y a las instituciones que lo apoyan saber si la idea es viable, se puede realizar y dará ganancias.

Tiene como objetivos aprovechar los recursos para mejorar las condiciones de vida de una comunidad, pudiendo ser a corto, mediano o a largo plazo. Comprende desde la intención o pensamientos de ejecutar algo hasta el término o puesta en operación normal.

---

<sup>14</sup><http://es.wikipedia.org/wiki/Factibilidad>

Responde a una decisión sobre uso de recursos con algún o algunos de los objetivos, de incrementar, mantener o mejorar la producción de bienes o la prestación de servicios.

### **ESTUDIO DE MERCADO**

“Kotler, Bloom y Hayes, señalan que: “El estudio de mercado consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización.”<sup>15</sup>

“Un estudio de mercado es: "El proceso de planificar, recopilar, analizar y comunicar datos relevantes acerca del tamaño, poder de compra de los consumidores, disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor, con la finalidad de ayudar a los responsables de marketing a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing en una situación de mercado específica.

En definitiva, este estudio significa el aspecto clave ya que determina los bienes o servicios que serán demandados por la comunidad. Por tal motivo, se necesita comprobar la existencia de un cierto número de agentes económicos que en ciertas condiciones de precios e ingresos ocasionen una demanda que justifique la puesta en marcha del proyecto. El estudio obliga por lo tanto a la realización de un análisis profundo de la oferta, demanda, precios, comercialización; es decir determinar: cuánto, a quién, cómo y dónde se venderá el producto o servicio.

---

<sup>15</sup> KOTLER, BLOOM Y HAYES, 2003 *PRINCIPIOS DE MARKETING*. Pag 180

## **OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO**

Se entiende por “objetivo de estudio de mercado lo siguiente:

- ✓ Ratificar la existencia de una necesidad insatisfecha en el mercado o brindar un mejor servicio del que ofrecen de los productos existentes.
- ✓ Determinar la cantidad de bienes o servicios que la comunidad estaría dispuesta a adquirir a determinados precios.
- ✓ Conocer cuáles son los medios que se emplean para ser llegar los bienes o servicios a los usuarios.
- ✓ Propone dar una idea al inversionista del riesgo que su producto corre de ser o no ser aceptado en el mercado, ya que una demanda insatisfecha clara y grande no siempre indica que pueda penetrarse con facilidad en el mercado”<sup>16</sup>

## **LA DEMANDA**

“La demanda se define como: “La cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado).

La determinación de la demanda es uno de los puntos más críticos en el estudio de viabilidad económico-financiero de un proyecto, cuya experiencia se ha demostrado a través de los resultados obtenidos en el cálculo de la

---

<sup>16</sup> *BACA, (2001) Gabriel, Evaluación de Proyectos, pag. 14*



rentabilidad con una marcada incertidumbre; de ahí la importancia que tiene el análisis de sensibilidad ante variaciones de los nichos de demanda.”<sup>17</sup>

El análisis de la demanda permite conocer:

- a) La estructura de consumo;
- b) La estructura de los consumidores;
- c) Estructura geográfica de la demanda;
- d) La interrelación de la demanda;
- e) Motivos que originan la demanda;
- f) Necesidad potencial o la fuente;
- g) Potencial de mercado;

## **LA OFERTA**

“Es la cantidad ofrecida por los fabricantes o productores de un determinado bien, depende de varios factores que provocan incrementos o disminuciones de la cantidad ofrecida por el oferente. Estos factores son el precio del producto, el precio de los factores que intervienen en la producción de ese bien, el estado de la tecnología existente para producir ese producto y las

---

<sup>17</sup> MALHOTRA, 1997 *Investigación de Mercados Un Enfoque Práctico*, Págs. 150.

expectativas que tengan los empresarios acerca del futuro del producto y del mercado.”<sup>18</sup>

“El comportamiento de los competidores actuales y potenciales proporciona una indicación directa e indirecta de sus intenciones, motivos objetivos, estrategias actuales y sus capacidades para satisfacer con eficiencia las necesidades de parte o del total de consumidores actuales y potenciales que tendrá el proyecto, aspecto de vital importancia para establecer estrategias que permitan desempeñarse mejor que otras empresas.”<sup>19</sup>

## **LOS PRECIOS**

“Las empresas fijarán los precios para sus bienes o servicios teniendo en cuenta cuanto les cuesta elaborarlo, cual es el comportamiento de la demanda y del mercado. El precio es el resultante del comportamiento de la oferta y la demanda; dependiendo de la clase de producto o servicio se definen estrategias para la fijación de precios.

- **Los precios teniendo en cuenta la estructura de los costos de la empresa.-** Es preciso tener en cuenta los costos directos e indirectos en su elaboración y operación.

---

<sup>18</sup> MALHOTRA, 1997 *Investigación de Mercados Un Enfoque Práctico*, Págs. 150.

<sup>19</sup> MALHOTRA, 1997 *Investigación de Mercados Un Enfoque Práctico*, Págs. 150.

- **Precios fijados por el mercado.-** Tienen en cuenta el comportamiento de la demanda. Si esta es alta se fija un precio alto y por el contrario es baja los precios serán bajos.
- **Fijados de acuerdo al comportamiento del precio de la competencia.-** Se establece un rango de precios de competencia y sobre esta base se define la estrategia del precio a aplicar al producto que se va a comercializar.
- **Comportamiento histórico de los precios.-** Teniendo en cuenta este comportamiento se puede proyectar el futuro de los mismos. Definir un precio cercano o distante del costo de producción y de operación dependerá del comportamiento de mercado, del tipo de tecnología y de los objetivos que persigue el plan de negocios. Sin embargo, el precio es fijado por el comportamiento de las leyes de la oferta y la demanda.
- **Precios políticos.-** “Se fijan teniendo en cuenta los establecidos por las autoridades gubernamentales para proteger o estimular algún sector de economía. Es lo que se conoce como precios regulados.”<sup>20</sup>

## COMERCIALIZACIÓN

“En la comercialización se tiene en cuenta las formas de almacenamiento, transporte, presentación del producto o servicio, crédito a los consumidores, asistencia técnica y los mecanismos de promoción y publicidad.

---

<sup>20</sup> SAPAG, Reinaldo (1988), *Preparación y Evaluación de Proyectos*, pág., 54.

El conocer los canales de comercialización, permite fijar el costo del producto por su efecto de distribución. El canal de comercialización es la forma de llevar cadena de comercialización el costo será más elevado.

Con el fin de identificar sus canales de comercialización sería importante tener en cuenta el grado de concentración geográfica del mercado, las comisiones y descuentos, políticas de ventas, localización de los principales compradores y cuál será el margen de comercialización más indicado para el plan de negocios.

El margen de comercialización es la diferencia del producto que pague el consumidor y el valor que recibe el producto o la empresa que presta el servicio. Su expresión matemática se representa en la siguiente fórmula:

$$MC= P_c - P_p$$

MC= margen de comercialización

P<sub>c</sub>= precio al consumidor

P<sub>p</sub>= precio al producto.

## **PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD**

Cualquier acción de promoción o publicidad encaminada a dar a conocer e impulsar el consumo de un bien o servicio, genera necesariamente un valor agregado y conlleva un costo por este concepto. La promoción de productos

es un medio de darlo a conocer y así incentivar las ventas. La forma más usual es la de hacer degustaciones o entrega de productos en sobres de tamaños de muestra gratis para que lo utilicen y si les gusta lo compran.

“Los medios publicitarios a utilizar depende de gran medida del presupuesto que se dispongan para dar a conocer el producto. Se pueden utilizar los medios como: radio, prensa, televisión, e internet. O en su defecto otros de los medios publicitarios más económicos como hojas volantes, pancartas, etc.”<sup>21</sup>

## **ESTUDIO TÉCNICO**

“El estudio Técnico busca diseñar la función de producción óptima que utilice mejor los recursos disponibles para obtener el producto o servicio deseado, a costos mínimos con calidad, que satisfaga a los clientes, competitividad en el mercado, flexibilidad adecuada en las líneas de producción y el compromiso empresarial necesario para dar servicio con valor agregado a los clientes.”<sup>22</sup>

## **TAMAÑO**

“El tamaño del proyecto hace referencia a la capacidad de producción de un bien o a la prestación de un servicio durante la vigencia de un proyecto, también se define como la capacidad de producción al volumen o número de

---

<sup>21</sup> FLOREZ, U. Juan (1996), *Elaboración de Proyectos para las PYME*, Pág., 43.

<sup>22</sup> CORDOBA, P, Marcel, “*Formulación y Evaluación de Proyectos*” Pág. 87

unidades que se pueden producir en un día, mes o año dependiendo del tipo de proyecto.

La importancia de definir el tamaño que tendrá el proyecto se manifiesta principalmente en su incidencia sobre el nivel de las inversiones y costos que se calculen y por tanto sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación.

### **CAPACIDAD DEL PROYECTO**

Es la forma más utilizada para establecer la cantidad de producción por unidad de tiempo, además algunas medidas que permiten contemplar la apreciación del tamaño del proyecto, pueden ser entre otras el monto de inversión asignada al proyecto, el número de puestos de trabajos creados, el área física ocupada, la participación en el mercado a los niveles de ventas alcanzados. Existen tres tipos de capacidad:<sup>23</sup>

- **“Capacidad Diseñada o Teórica.-** También denominada capacidad máxima o ideal supone que todo el personal y los equipos operan a la máxima eficiencia usando el 100% de la planta, la capacidad teórica es irreal; deja de incluir las interrupciones normales que resulten de las descomposturas o del mantenimiento de las máquinas. Sin embargo los administradores usan la capacidad teórica como un instrumento auxiliar para medir la eficiencia de las operaciones proporcionado con ello cifras ideales para hacer las comparaciones.
- **Capacidad Instalada.-** Es la capacidad que corresponde al máximo de producción o prestación de servicios que los trabajadores con la

---

<sup>23</sup> MIRANDA, M, Juan, 2003 “Gestión de Proyectos” Edición 4.

maquinaria, equipos e infraestructura disponible pueden generar permanentemente.

- **Capacidad Utilizada.-** Es el porcentaje de la capacidad instalada que se está empleando, teniendo en cuenta las contingencias de producción y ventas durante un tiempo determinado. En la medida en que se pueda penetrar el mercado y se mejore la eficiencia empresarial se irá incrementando la capacidad instalada.

**RESERVAS.-** Las reservas constituyen la capacidad de producción que no es utilizada y que permanece en espera. Está estrechamente relacionada con el margen de capacidad instalada y representa la capacidad ociosa”.<sup>24</sup>

#### **CAPACIDAD FINANCIERA**

“Es tan importante que pueda estimular la actividad cuando otras situaciones son menos favorables. Este factor se considera tan decisivo por lo que no se contempla como una limitante para la capacidad del proyecto, ya que cuenta con recursos monetarios para poder realizar la inversión. Estos provendrán de la aportación de los socios y por créditos.

#### **CAPACIDAD ADMINISTRATIVA**

Tiene contemplado el seleccionar el personal debidamente capacitado sobre la base de estudios profesionales y de postgrado de excelencia y con experiencia para los puestos importantes dentro de la estructura organizacional de la empresa, para que esta pueda ser administrada exitosamente.

---

<sup>24</sup> Tamaño y Localización Diplomado en Formulación y Evaluación de Proyectos. Fonep – Nafin – Oea. México, 1983.

## **LOCALIZACIÓN**

El estudio de la localización se orienta a analizar las diferentes variables que determinan el lugar donde finalmente se ubicará el proyecto, buscando en todo caso una mayor utilidad o una minimización de costos. Es uno de los aspectos más importantes del proyecto ya que busca seleccionar el lugar más adecuado para ubicar las instalaciones productivas”.<sup>25</sup>

## **MICROLOCALIZACIÓN**

“Abarca la investigación y comparación de los componentes del costo y un estudio de los costos para cada alternativa. Se debe indicar con la ubicación del proyecto en el plano del sitio donde operará. La microlocalización consiste en la selección y delimitación precisa de las áreas, también denominada sitio en el que se localizará y operará el proyecto dentro de la macro zona.

## **MACRO LOCALIZACIÓN**

Tiene en cuenta aspectos sociales y nacionales de planeación basándose en las condiciones regionales de la oferta, demanda y la infraestructura existente, debe indicarse con un mapa del país o región dependiendo del área de influencia del proyecto. Compara las alternativas propuestas para determinar las regiones o terrenos para la localización”.<sup>26</sup>

## **FACTORES DE LA LOCALIZACIÓN**

“Los factores que comúnmente influyen en la decisión de la localización son:

---

<sup>25</sup> MIRANDA, M, Juan “Gestión de Proyectos” Edición 4, 2003

<sup>26</sup> CORDOBA, P, Marcel, “Formulación y Evaluación de Proyectos”



- a) **Factores Geográficos.** = Condiciones naturales, clima, niveles de contaminación, carreteras, conectividad, comunicaciones.
- b) **Factores Institucionales.-** Son los relacionados a planes y estrategias de desarrollo y descentralización.
- c) **Factores sociales.-** Elementos relacionados al ambiente humano, seguridad, cultura, servicios como escuelas, hospitales, centros recreativos, de capacitación, etc.
- d) **Factores Económicos.-** referidos a costos de suministros e insumos en esa localidad, tales como impuestos, regulaciones, cercanía de mercado y de las materias primas.”<sup>27</sup>

## INGENIERÍA DEL PROYECTO

“Es el conjunto de conocimientos de carácter científico técnico que permite determinar el proceso productivo para la utilización racional de los recursos disponibles destinados a la fabricación de una unidad de producto.

Tiene la responsabilidad de seleccionar el proceso de producción de un proyecto, cuya disposición en planta conlleva a la adopción de una determinada tecnología y la instalación de obras físicas o de servicios básicos de conformidad con los equipos y maquinarias elegidas. <sup>28</sup>

---

<sup>27</sup> SAPAG, Nassir, “Fundamentos de Preparación y Evaluación de Proyectos”, 1993

<sup>28</sup> MIRANDA, M, Juan, “Gestión de Proyectos” Edición 4, 2003

## COMPONENTE TECNOLÓGICO

“La tecnología es el procedimiento técnico utilizado en el proyecto para obtener bienes y servicios. La función de producción se elige a través del análisis técnico-económico de la tecnología existente.

El proceso de selección de tecnología consta de dos pasos:

- **Selección de la tecnología más eficiente desde el punto de vista físico.-** En este paso se eligen, dentro del universo de tecnologías disponibles, aquellas que son eficientes desde el punto de vista físico o técnico, descartando los que no son. Es decir, se seleccionan aquellas que utilizan menos cantidad que otras de los mismos recursos para obtener el mismo nivel de producto o que con igual cantidad de recursos obtienen más producto final,
- **Selección de la alternativa más eficiente desde el punto de vista económico.-** Entre las alternativas tecnológicas preseleccionadas como eficientes desde el punto de vista físico se elige la alternativa económicamente más eficiente para su aplicación en el proyecto.

## INFRAESTRUCTURA FÍSICA

Es la parte física de la empresa, es el conjunto de elementos o servicios que se consideran necesarios para la creación y funcionamiento de la organización, en ella se cumplen cada una de las actividades administrativas

y de operación. Esta debe estar diseñada por profesionales de la Construcción al igual que la tecnología de esta debe guardar relación con el mercado”.<sup>29</sup>

## **DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA**

“La distribución física de la infraestructura del proyecto es una de las estrategias que promueven la eficiencia de la operación del proyecto a largo plazo. Una buena distribución de las instalaciones tiene como propósito satisfacer al menor costo los requisitos de”:<sup>30</sup>

- Calidad del ambiente laboral
- Diseño de productos
- Capacidad de cada sección de la planta
- Características de la maquinaria y equipo que se va a instalar
- Restricciones de construcción en la localidad

## **PROCESOS DE PRODUCCIÓN**

“Se define como la forma en la que una serie de insumos son transformados en productos mediante la participación de una determinada tecnología.

---

<sup>29</sup> OCAMPO, Eliseo, “Costos y Evaluación de Proyectos”, Edición I, 2002

<sup>30</sup> CORDOBA, P, Marcel, “Formulación y Evaluación de Proyectos”

Los tipos de procesos productivos pueden clasificarse en función de su flujo productivo o del tipo de producto, teniendo cada caso efectos distintos sobre el flujo de fondo del proyecto.

### **DISEÑO DEL PRODUCTO**

Se trata del diseño o del producto que cumpla con todas las expectativas del usuario o consumidor, el mismo que debe satisfacer sus necesidades, pero siempre este debe de estar en función de los gustos y preferencias de los clientes,

### **DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO**

Se trata de describir en forma inequívoca el producto servicio objeto del proyecto, indicando entre otras, su nombre técnico, su nombre comercial, su composición, la forma de presentación, la unidad de medida, forma de almacenamiento y transporte, su vida útil estimada y todas las características que permitan reconocerlo y diferenciarlo.

### **DIAGRAMA DEL PROCESO**




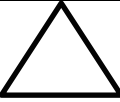

Para representar el proceso productivo existen varios métodos entre los que se tienen:

**DIAGRAMA DE BLOQUES.-** Consiste en que cada operación unitaria ejercida sobre los insumos se encierra en un rectángulo; cada rectángulo o bloque se coloca en forma continua y se une con el anterior y el posterior

por medio de flechas que indican tanto la secuencia de las operaciones como la dirección de flujo.

**DIAGRAMA DE FLUJO.-** Es una herramienta por medio del cual se describe cada una de las actividades del proceso de producción. Se utiliza una simbología internacionalmente aceptada para representar operaciones estas son:

**GRÁFICA 5**

| NOMBRE                | SIMBOLO   | DESCRIPCIÓN  |
|-----------------------|---|--|
| <b>Operación</b>      |   | Representado por un círculo e indica que se está efectuando un cambio o transformación.  |
| <b>Transporte</b>     |  | Representado por una flecha direccionada e indica una acción de movilización de algún elemento en determinada operación                          |
| <b>Demora</b>         |  | Representado por una "D" indicando que existen cuellos de botella en el proceso y hay que esperar turno y efectuar la actividad correspondiente. |
| <b>Almacenamiento</b> |  | Representado por triángulo y puede ser de materia prima, de producto en proceso o de producto terminado.   |
| <b>Inspección</b>     |  | Representado por los símbolos correspondiente e indican que se efectúan simultáneamente dos acciones.  |

## ESTUDIO ORGANIZACIONAL

“En el Estudio Organizacional se define el marco formal: sistema de comunicación y los niveles de responsabilidad y autoridad de la organización, necesaria para puesta en marcha y ejecución del proyecto.”<sup>31</sup>

<sup>31</sup> FINCOWSKY, Franklin “Organización de Empresas, análisis diseño y estructura” México

## **BASE LEGAL**

### **COMPAÑÍA EN NOMBRE COLECTIVO**

“Es una compañía de carácter personalista. Funciona bajo un nombre colectivo o 'razón social, participando todos los socios en un plano de igualdad, la responsabilidad es ilimitada ya que no se limita al capital aportado por el socio, sino a todos sus bienes presentes y futuros, y también es solidaria porque los acreedores pueden dirigirse contra cualquiera de los socios por el importe de la deuda. Para la constitución de este tipo de compañía el mínimo son dos socios”.<sup>32</sup>

“Toda empresa para su libre operación debe reunir ciertos requisitos exigidos por la ley entre ellos tenemos:

**ACTA CONSTITUTIVA.-** Es el documento certificador de la conformación de la empresa, en él debe incluir los datos referenciales de los socios con los cuales se ha constituido la empresa.

**LA RAZÓN SOCIAL O DENOMINACIÓN.-** Es la fórmula enunciativa de los nombres de todos los socios o de alguno de ellos. La denominación objetiva hace referencia a la actividad de la compañía. El nombre debe ser claramente distinguido de cualquier otro, constituye una propiedad de la compañía y no puede ser adoptada por ninguna otra.

---

<sup>32</sup> *Tipos de Empresas – formas jurídicas Creación de Empresas Basadas en el Conocimiento Otri.*  
mht

**DOMICILIO.-** Las compañías tendrán un único domicilio principal que estará dentro del territorio nacional y podrán tener más de un domicilio especial, determinado por el lugar donde función las sucursales o agencias.

**OBJETO DE LA SOCIEDAD.-** Es la actividad que realiza la compañía debe reunir las siguientes características:

- No ser contrario al orden público
- No ser contrario a las leyes mercantiles
- No ser contrario a las buenas costumbres.
- Ser real
- Ser de lícita negociación
- No tender al monopolio
- El interés a formar una compañía por parte de las personas es el obtener utilidades.

**CAPITAL SOCIAL.-** Las compañías como personas jurídicas están constituidas por un patrimonio inicial, este asciende con las aportaciones de los socios o accionistas. El capital es fijo o invariable ya que su cifra consta en la escritura constitutiva.

**TIEMPO DE DURACIÓN DE LA SOCIEDAD.-** Toda sociedad tiene un tiempo de vida para la cual se planifica, este tiempo es de 30 años. Si se

desea prolongar este plazo se lo puede hacer con previo trámite solicitando a la Superintendencia la prolongación de la compañía

**ADMINISTRADORES.-** La compañía como persona jurídica que es y por lo tanto persona ficticia solo puede actuar a través de su representante legal. En las compañías personalistas la administración está ligada a los socios en cambio en las capitalistas es de tipo profesional”<sup>33</sup>

### **ESTRUCTURA EMPRESARIAL**

“La estructura empresarial es una estructura intencional de roles, donde cada persona asume un papel que se espera que cumpla con el mayor rendimiento posible. La finalidad de una estructura organizacional es establecer un sistema de papeles que han de desarrollar los miembros de una entidad para trabajar juntos de forma óptima y que se alcancen las metas fijadas en la planificación.”<sup>34</sup>

### **NIVELES JERÁRQUICOS DE AUTORIDAD**

“Son el conjunto de órganos agrupados de acuerdo con el grado de autoridad y responsabilidad que poseen independientemente de la función que realicen. Dentro de los niveles tenemos:”<sup>35</sup>

---

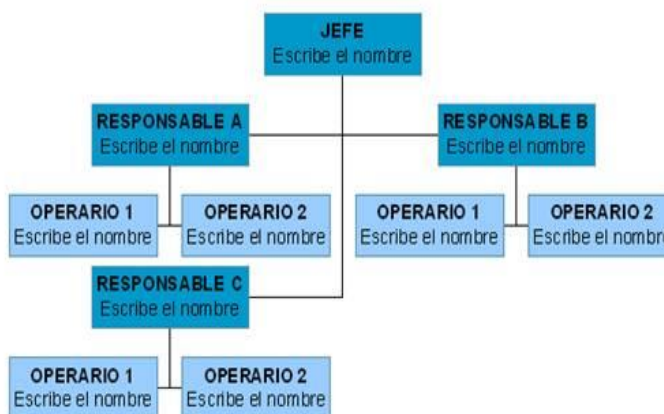
<sup>33</sup> *Ley de Compañías del Ecuador.*

<sup>34</sup> *GÓMEZ, Ceja “Sistemas Administrativos”, México, Mc Graw Hill 1997*

<sup>35</sup> *Folleto “Proceso Administrativo”, Módulo III, Administración de Empresas.*



GRÁFICA 6



Fuente: [www.actiweb.es](http://www.actiweb.es)

- **Nivel Legislativo.-** “Su función básica es legislar la política que debe seguir la organización, normar procedimientos, dictar reglamentos, ordenanzas, resoluciones y decidir sobre aspectos de mayor importancia.
- **Nivel Directivo.** Este nivel toma decisiones sobre políticas generales y sobre las actividades básicas ejerciendo autoridad para garantizar su fiel cumplimiento.
- **Nivel Ejecutivo.-** Es el responsable de ejecutar y dar cumplimiento de las actividades encomendadas tanto por el nivel legislativo como ejecutivo dentro de la empresa a su mando.
- **Nivel Asesor.-** Este aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica, económica, financiera, técnica, contable, industrial y más

áreas que tengan que ver con la empresa en la cual se está asesorando. No tiene autoridad de mando.

- **Nivel Operativo.-** Es el responsable directo de ejecutar las actividades básicas de la entidad o empresa. Constituye el nivel técnico responsable de la vida misma de una organización que es su naturaleza o razón de ser.
- **Nivel Auxiliar.-** Ayuda a los niveles administrativos en la prestación de servicios con oportunidad y eficiencia. Es un nivel de apoyo a las labores ejecutivas, asesoras y operacionales.

### **Manual de funciones**

Un manual de funciones o manual de organización comprende las funciones o responsabilidades de cada área de la empresa, por ejemplo gerencia, producción, ventas, etc., describiendo como se intervienen en el funcionamiento general de la empresa, contiene la visión, misión, los objetivos, metas y la descripción de cada área así como sus responsabilidades. Por otra parte existe el manual de procedimientos, “es la descripción de todos y cada uno de los procesos que integran la secuencia de producción, o servicio que otorga la empresa, con las actividades que le corresponden a cada puesto, en algunas empresas contiene hasta la descripción del manejo de equipo. Muy comúnmente se manejan por área.”<sup>36</sup>

---

<sup>36</sup> Montalván Garcés , César, Los recursos humanos para la pequeña y mediana empresa

## GRÁFICA 7

| DESCRIPCIÓN DEL CARGO  |                                  |                               |
|------------------------|----------------------------------|-------------------------------|
| Nombre del Cargo:      | Fecha de Elaboración:<br>_/_/___ | Fecha de Revisión:<br>_/_/___ |
| Código:                |                                  |                               |
| Departamento:          | Unidad o Dependencia:            |                               |
| Resumen:               |                                  |                               |
| Descripción detallada: |                                  |                               |

### ESTUDIO FINANCIERO

“Estudia la inversión que querernos hacer si va a ser rentable o no, si los resultados arrojan, que la inversión no se debe hacer, se debe tornar otra alternativa o evaluar la alternativa que más le convenga financieramente a la empresa de acuerdo a sus políticas. Su objetivo es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores (Estudio Técnico de Mercado) y elaborar los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica.”<sup>37</sup>

<sup>37</sup> [www.eumed.net/libros/2006c/210/1r.htm](http://www.eumed.net/libros/2006c/210/1r.htm)

## **INVERSIONES.**

“Es la aplicación que las personas dan a sus fondos tanto propios como ajenos y que se realizan con el ánimo de obtener una rentabilidad o beneficio futuro. La inversión se compone por los bienes materiales e inmateriales que son necesarios para el desarrollo de la empresa, entre las cuales se encuentran:

- Activo fijo
- Activo Diferido
- Activo circulante o Capital de trabajo

**Financiamiento;** Es la acción por la que una persona o sociedad consigue capital para su creación o funcionamiento. El financiamiento se lo puede efectuar con capital propio o capital ajeno.

**a. Capital Propio:** Son los que proviene de la emisión y venta de acciones, de aportes en efectivo o en especies de los costos y de las utilidades y reservas de la empresa.

**b. Capital Ajeno:** Son los que se obtienen de bancos y Financieras Privadas o de Fomento de Proveedores a través de la misión de obligaciones propias de la empresa.

**Análisis de Costos.-** El costo son los gastos que son producen para la elaboración de un producto durante el periodo.

Costos de Fabricación: Son los costos que se relacionan directamente con la actividad productiva de la organización, incluyendo en ellos el costo primo y los costos generales de fabricación.

## **PLAN DE INVERSIONES**

El plan de inversiones de un proyecto, corresponde a la descripción detallada de las necesidades de capital en que se va a incurrir para la materialización del mismo. Las inversiones son los desembolsos necesarios para la ejecución del proyecto y, por el momento, no se relacionan con los mecanismos que se vayan a utilizar para el financiamiento de los mismos.

El Plan de Inversiones se formula como resultado de otras partes del estudio del proyecto (particularmente Ingeniería). Conviene ahora recalcar la importancia del trabajo conjunto, pues generalmente el profesional que trabaja en esta etapa del proyecto, tiene que basarse en la información proporcionada por otros profesionales y, si no existe una estrecha coordinación y verdadero "trabajo en equipo", pueden producirse distorsiones o errores apreciables.

Como mencionamos anteriormente las inversiones de un proyecto se clasifican básicamente en Inversiones Fijas y Capital de Trabajo o de Operación.

Las inversiones fijas constituyen lo que más tarde serán los Activos Fijos de la empresa y corresponden a los bienes que la empresa adquiere para

explotarlos, sin que vayan a ser objeto de transacciones comerciales en el curso de sus operaciones.

Las inversiones fijas se realizan en el período de instalación del proyecto y se utilizan a lo largo de la vida útil de los bienes correspondientes. Estas inversiones comprenden bienes que están sujetos a depreciación como maquinaria, vehículos y edificios, y otros que no lo están, como terrenos. Comprenden también inversiones intangibles, como gastos de organización, estudios, puesta en marcha y otros rubros que se deben amortizar.

El capital de trabajo corresponde a las inversiones que la empresa debe hacer para atender aquellos elementos necesarios en su operación. Representa diferentes rubros estancados por determinados períodos, en el desarrollo de la producción y venta de los productos.

En cuanto al capital de trabajo, solamente estamos considerando activos circulantes para el desarrollo del proyecto. Frecuentemente se utiliza el concepto de capital de trabajo neto, en el cual se consideran también los pasivos circulantes aplicados a la operación de la empresa, siendo el neto la diferencia. Al incluir los pasivos circulantes, el valor de la diferencia corresponde a los requerimientos adicionales de dinero para completar el financiamiento total del capital de trabajo, los cuales deben venir de aportes de capital propio o créditos.

## **FINANCIAMIENTO.**

Determinados los montos correspondientes a las inversiones fijas y el capital de trabajo, es decir; el costo total del proyecto, se analiza la manera de financiarlo.

En esencia, el estudio del financiamiento del proyecto debe indicar las fuentes de recursos financieros necesarios para su ejecución y funcionamiento, y describir los mecanismos mediante los cuales se canalizarán estos recursos hacia los usos específicos del proyecto.

De acuerdo con su origen, existen dos formas básicas de clasificar los recursos para el proyecto:

- Forma Primera
- Fuentes Internas
- Fuentes Externas
- Segunda Forma
- Recursos Propios
- Créditos.

### **PRIMERA FORMA.**

#### **a) Fuentes Internas de Financiamiento.**

Son aquellos fondos originados en la operación misma de la empresa; o sea:

- Utilidades no distribuidas (superávit). Estos fondos pueden ser utilizados temporalmente como fuente de financiamiento y luego distribuir a los accionistas o por el contrario, pueden ser incorporados definitivamente a los fondos de la empresa a través de una elevación del capital social.

- Reservas de Depreciación de Activos Fijos Tangibles,
- Reservas de Amortización de Activos Intangibles.
- Reservas Legales y Voluntarias.

**b) Fuentes Externas de Financiamiento.**

Como su nombre lo dice son fondos que provienen fuera de la empresa o no se originan en sus operaciones. Estas fuentes provienen básicamente del Mercado de Capitales, del Sistema Bancario y de los Proveedores.

- Mercado de Capitales.- La empresa obtiene fondos a través de la colocación de acciones y obligaciones. Las acciones son títulos de participación en el capital social de una compañía que le dan derecho, al tenedor, a participar en la administración y en los rendimientos del negocio.- Las acciones pueden ser ordinarias o preferentes y se diferencian fundamentalmente en la prioridad para la distribución de utilidades y a la recuperación del capital, en caso de liquidación de la empresa.

Las Obligaciones o Bonos, son títulos emitidos por las sociedades, garantizados por sus activos o por una institución financiera que los coloca en el mercado. Son realmente préstamos que los compradores de los títulos hacen a la empresa a un plazo y rendimiento fijo. Algunas obligaciones pueden llevar la opción a ser convertidas en acciones, en el momento de su rescate.

- Sistema Bancario. Aquí se pueden obtener créditos a corto, mediano y largo plazo. Generalmente se considera financiamiento a corto plazo al inferior a un año, mediano plazo sobre un año hasta los cinco años, y, a largo plazo, sobre los cinco años.



En el sistema bancario se deben diferenciar los créditos de bancos o financieras privadas que son menos ventajosos que los de bancos o financieras de desarrollo ya que manejan fondos públicos.

Proveedores.- Los proveedores de maquinaria y equipo, así como también los que abastecen de materias primas y otros materiales, financian, también, a las empresas que adquieren sus productos. Este financiamiento es, generalmente, a corto o mediano plazo aunque en algunas ocasiones otorgan, también, créditos a largo plazo. Estos financiamientos son- la mayoría de veces- menos beneficiosos que los otros, debido a que son "ligados" y a que el tipo de interés real es usualmente más alto.

## **SEGUNDA FORMA**

### **a) Recursos Propios**

Son los que provienen de la emisión y venta de acciones, de aportes en efectivo o en especie de los socios y de las utilidades y reservas de la empresa.

### **b) Créditos.**

Son los que se obtienen de bancos y financieras privadas o de fomento, de proveedores o a través de la emisión de obligaciones propias de la empresa.

No existen normas que permitan definir a priori qué porcentaje del costo del proyecto se debe financiar con recursos propios y qué porcentaje con créditos. Este problema depende de muchos factores, entre ellos el tipo de proyecto de que se trate, su rentabilidad, su capacidad de pago, etc.

Sin embargo, se tomará en cuenta algunos criterios básicos:

a) Los Activos Fijos de una empresa deben financiarse siempre con recursos de capital propio y/o créditos a mediano o largo plazo.

b) El Capital de Trabajo debe financiarse en parte con capital propio y/o créditos a mediano o largo plazo y otra puede financiarse con créditos a corto plazo.

c) Debe buscarse un equilibrio entre los recursos propios y los créditos.

No se debe descuidar el hecho de que si la empresa utiliza muy poco crédito puede estar desperdiciando la oportunidad de mejorar sus rendimientos a través de la utilización de recursos de terceros; por otro lado una empresa que se haya endeudado excesivamente puede poner en peligro su estabilidad financiera. Como ya se mencionó anteriormente, los porcentajes de financiamiento lento con recursos propios y de terceros deben ser establecidos en base al tipo de proyecto, a la rentabilidad de la empresa y a su capacidad de pago.

d) Generalmente, existen disponibles varias alternativas de financiamiento las cuales se deben estudiar cuidadosamente. Por ejemplo, el crédito otorgado por las instituciones de desarrollo es, la mayor parte de las veces, más ventajoso que el de otras fuentes aunque el tiempo de trámite por el tipo de estudios que deben realizar estas instituciones sea superior; por otro lado, los créditos de proveedores están ligados a la compra de sus productos y por lo mismo no permiten una relación independiente y en algunos casos los tipos de interés reales pueden ser superiores a los de otras fuentes. En determinadas ocasiones, el crédito de proveedores de

materias primas puede ser más ventajoso que el crédito bancario a corto plazo; desde otro punto de vista se debe analizar la moneda en que se reciben los créditos, pues en algunos casos recibirlos en moneda extranjera puede implicar riesgos adicionales. En algunos casos se pueden conseguir convenios de trueque de productos por maquinarias y equipos, lo cual puede ser más atractivo para algunos proyectos (además de presentar ventajas en balanza de pagos).

Podemos resumir ahora algunas de las principales ventajas y desventajas del financiamiento con créditos. Entre las ventajas, podemos citar las siguientes:

- Mantenimiento del control de la empresa por parte de uno o más empresarios o del Estado.
- Accesibilidad a recursos (como los de bancos y compañías de seguros) que frecuentemente sólo están disponibles para créditos y no para inversión directa en empresas.
- Ventajas tributarias de los créditos.

Entre las desventajas, podemos citar:

Reducción de la capacidad de endeudamiento, la cual puede requerirse para salvar períodos difíciles.

Obligación de cubrir cargas fijas por servicio de la deuda, aunque las utilidades se reduzcan o aún desaparezcan

**a. Costo primo:**

- Materia Prima Directa

- Mano de Odra Directa

**b. Costos Generales de Fabricación:**

- Materia de Obra Indirecta
- Mano Prima Indirecta
- Carga Fabril
- Depreciaciones

**Elaboración de Presupuestos.-** “El presupuesto recoge una previsión de ingresos y costos que se van a producir en el desarrollo de una actividad en un determinado periodo.”<sup>38</sup>

## **ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS**

“Documento Contable que presenta los resultados obtenidos en un período económico, sean estos pérdidas o ganancias. Se obtiene mediante la comparación de los rubros de ingresos con los egresos incurridos en un período.

Es uno de los Estados Financieros básicos que tiene por objeto mostrar un resumen de los ingresos y los gastos durante un ejercicio, clasificándolos de acuerdo con las principales operaciones del negocio, mostrando por consiguiente las utilidades o pérdidas sufridas en las operaciones realizadas.

El Estado de Pérdidas y Ganancias llamado también Estado de Resultados nos demuestra cual es la utilidad o pérdida obtenida durante un período económico, resultados que sirven para obtener mediante análisis,

---

<sup>38</sup> . Gómez , Giovanni E “Análisis Financiero

conclusiones que permitan conocer cómo evoluciona la empresa y hacer previsiones para el futuro.

“Permite determinar si es o no rentable el proyecto, si es oportuno ejecutarlo en ese momento o posponerlo, todo mediante la comparación entre beneficios y costos.”<sup>39</sup>

**FLUJO DE CAJA.-** “Es un informe financiero que muestra los flujos de ingreso y egreso de efectivo que ha obtenido una empresa. Su importancia radica en que permite conocer su liquidez, con cuánto de dinero en efectivo cuenta para la toma de decisiones.

**VALOR ACTUAL NETO (VAN).-** Es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos de efectivo, para conocer si descontada la inversión inicial existe utilidad. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable; si el resultado es igual a cero (0), es indiferente realizar la inversión; si el resultado es menor a cero (0) el proyecto no es aplicable.

Su fórmula es:

$$VAN = -FF_0 + \frac{\sum_{j=1}^n FF_j}{(1+K)^j}$$

**TASA INTERNO DE RETORNO (TIR).-** La TIR es la máxima tasa de descuento que puede tener un proyecto para que sea rentable; es aquella tasa que iguala el VAN a cero (0). Si la TIR es mayor que el Costo de oportunidad de capital (COK) el proyecto será aceptado; si la TIR es igual al

---

<sup>39</sup> [www.crecenegocios.com](http://www.crecenegocios.com)

COK es indiferente la inversión; si la TIR es menor que el COK el proyecto se rechaza.

Su fórmula es:

$$\text{TIR} = \text{Tasa menor} + \text{diferencias de tasas} \left[ \frac{\text{VAN Tasa menor}}{\text{VAN Tasa menor} - \text{VAN Tasa mayor}} \right]$$

**PERIODO DE RECUPERACIÓN.-** Es el tiempo que tarda en recuperarse la inversión inicial del proyecto. Cuando los flujos netos de efectivo generados por el proyecto son iguales en cada periodo se puede aplicar la siguiente fórmula:

$$\text{Periodo de recuperación (PR)} = \frac{\text{Inversión Inicial}}{\text{Flujo neto del efectivo anual}}$$

“Cuando los flujos de efectivo no son iguales, el PR se calcula acumulando los flujos sucesivos hasta que la suma seas igual a la inversión inicial. Si en la inversión existen flujos netos negativos en los primeros años de vida de un proyecto, el PR se determina con el tiempo que tarda en amortizarse o recuperarse la suma total de los flujos negativos”.<sup>40</sup>

**RELACIÓN BENEFICIO/COSTO.-** “Es la relación entre el Valor Actual NETO de los Beneficios y el VAN de los costos. El cálculo se lo realiza actualizando el flujo de los beneficios y el flujo de los costos. Luego se divide estos dos valores. Su fórmula es:

<sup>40</sup> UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOLA, Contabilidad Finanzas Empresarial, Modulo IV, Loja 2005, pp 139.

$$\text{Relación costo/beneficio} = \frac{\text{VAN de los beneficios}}{\text{VAN de los costos}}$$

El indicador beneficio/costo se identifica como la cantidad obtenida en calidad de beneficio, por cada dólar invertido; para las decisiones se deberá considerar los siguientes aspectos:

- Si  $B/C > 1$  se puede realizar el proyecto
- Si  $B/C = 1$  es indiferente realizar el proyecto
- Si  $B < 1$  es proyecto no es realizable<sup>41</sup>

---

<sup>41</sup> [http://eco-finanzas.com/diccionario/T/Relación Beneficio/Costo.htm](http://eco-finanzas.com/diccionario/T/Relación%20Beneficio/Costo.htm)

## **e) MATERIALES Y MÉTODOS**

### **MATERIALES**

Los materiales que se utilizarán para el trabajo de investigación se detallan a continuación:

- ✚ Material bibliográfico: libros, publicaciones, páginas web.
- ✚ Material Informático: Computadora, Impresora, Cds, Flash.
- ✚ Material de Oficina: hojas A4, Esferográficos.

### **MÉTODOS**

Ante todo se debe reconocer que no puede existir ciencia sin método, puesto que la ciencia es primordialmente investigación”.

Los métodos que se utilizaron son descritos a continuación:

#### **MÉTODO DEDUCTIVO.**

Se basa en la recopilación de la información de lo general a lo particular. Este método se lo utilizó en el análisis de todos los aspectos relacionados al estudio de mercado para determinar la demanda y oferta del producto y servicio que se pretende colocar en el mercado.

#### **MÉTODO INDUCTIVO.**

Se basa en la recopilación de información de lo particular a lo general. Es el razonamiento que, partiendo de casos particulares, se eleva a conocimientos



generales. La utilización de este método permitió realizar las conclusiones de cada uno de los estudios abordados en la investigación.

### **MÉTODO ESTADÍSTICO.**

Consiste en una secuencia de procedimientos para el manejo de los datos cualitativos y cuantitativos de investigación. Por medio de este método se realizó la tabulación, análisis e interpretación de los resultados obtenidos en la encuesta dirigida a los posibles clientes.

### **MÉTODO ANALÍTICO.**

Consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. Este método se utilizó para el análisis e interpretación de los resultados de las encuestas sí como los otros datos que se determinaron a lo largo del estudio investigativo.

### **TÉCNICAS**

Se trabajó con las siguientes técnicas:

#### **OBSERVACIÓN DIRECTA.**

Consiste en observar atentamente el hecho o casos que ayudarán a tomar la información y registrarla para su posterior análisis. Por medio de esta técnica se realizó un sondeo acerca de la existencia de empresas que ofrecen servicio de catering.

## ENCUESTA

La encuesta es uno de las técnicas más utilizado en la investigación de mercados porque permite obtener amplia información de fuentes primarias, mediante un cuestionario previamente elaborado, a través del cual se determinará la aceptabilidad del producto. La encuesta se aplicó a los empleados de instituciones públicas y privadas del cantón la Joya de los Sachas y se realizó otra encuesta para establecer la oferta a los restaurantes que existen en el cantón

## POBLACIÓN DEMANDA

Para el estudio se seleccionó el cantón la Joya los Sachas, provincia de Orellana. Para el estudio se ha tomado un total de 1385 empleados públicos y privados que representa la población los mismos que laboran en las diferentes empresas públicas y privadas fuente obtenida del Ministerio de Relaciones Labores, por lo cual se presenta una cuadro de distribución muestral para determinar el número de encuestas que se aplicaron.

## MUESTRA.

$$n = \frac{N}{1 + e^2 N}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra.

N = Tamaño total de la población

E = Error máximo permisible para la estimación del

Reemplazando cada uno de los valores obtenidos se tiene:

$$n = \frac{1385}{1 + (0,05)^2 1385}$$

$$n = \frac{1385}{1 + 3,4625}$$

$$n = \frac{1385}{4,4625}$$

$$n = 310,4$$

**n = 310 encuestas**

Esto significa que se necesita una muestra de 310 empleados de empresas públicas y privadas del cantón la Joya de los Sachas, provincia de Orellana.

**CUADRO 1**  
**DISTRIBUCIÓN MUESTRAL**

| EMPRESAS DEL CANTÓN LA JOYA DE LOS SACHAS                         | NÚMERO DE EMPLEADOS | PORCENTAJE | ENCUESTAS A APLICAR |
|---|---------------------|------------|---------------------|
| <b>PÚBLICA</b>  |                     |            |                     |
| MINISTERIO DE RELACIONES LABORALES                                | 30                  | 2,17       | 7                   |
| MIES  | 45                  | 3,25       | 10                  |
| GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL LA JOYA DE LOS SACHAS | 250                 | 18,05      | 56                  |
| PATRONATO DE SERVICIO SOCIAL DE LA JOYA DE LOS SACHAS             | 40                  | 2,89       | 9                   |
| REGISTRO CIVIL  | 15                  | 1,08       | 3                   |
| <b>PRIVADA</b>  |                     |            |                     |
| CONSORCIO LA JOYA DE LOS SACHAS                                   | 90                  | 6,50       | 20                  |
| ORIENTOIL   | 250                 | 18,05      | 56                  |
| ORIENTOFLUVIAL  | 120                 | 8,66       | 27                  |
| SACHABRAS   | 60                  | 4,33       | 13                  |
| SACHATECNOLOGY  | 80                  | 5,78       | 18                  |
| FRONTERAMAS   | 80                  | 5,78       | 18                  |
| PETROBRAS   | 200                 | 14,44      | 45                  |
| BANCO DEL PICHINCHA   | 15                  | 1,08       | 3                   |
| TRANSPORTE CABRERA  | 60                  | 4,33       | 13                  |
| TRANSPORTES LA JOYA   | 50                  | 3,61       | 11                  |
| <b>TOTAL</b>  | <b>1385</b>         | <b>100</b> | <b>310</b>          |

### **POBLACIÓN OFERTA**

Para determinar la oferta se tomó en cuenta los restaurantes que existen en el sector, los cuales según datos del SRI son 7

## f) RESULTADOS

### ENCUESTA A LOS EMPLEADOS PÚBLICOS Y PRIVADOS

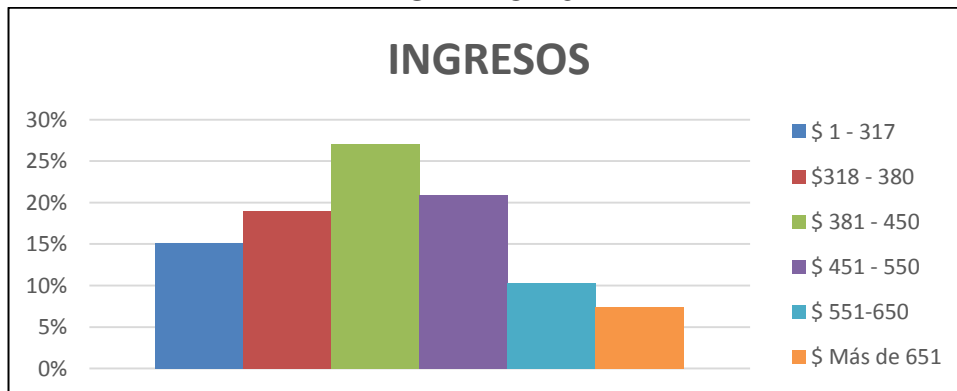
Pregunta 1. ¿De acuerdo a que rango se sitúan sus ingresos?

**CUADRO 2  
INGRESOS**

| Salario Mensual | Frecuencia | Porcentaje  |
|-----------------|------------|-------------|
| \$ 1 - 317      | 47         | 15%         |
| \$318 - 380     | 59         | 19%         |
| \$ 381 - 450    | 84         | 27%         |
| \$ 451 - 550    | 65         | 21%         |
| \$ 551-650      | 32         | 10%         |
| \$ Más de 651   | 23         | 7%          |
| <b>TOTAL</b>    | <b>310</b> | <b>100%</b> |

FUENTE: Encuestas empleados públicos y privados del Cantón de la Joya de los Sachas  
ELABORACIÓN: La Autora

**GRÁFICA 8**



### INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

El 15% de los encuestados afirman que sus ingresos mensuales van desde \$ 0 a \$ 317 dólares, el 19% entre \$ 318 a \$ 450 dólares, el 27% entre \$ 451 a \$ 550 dólares, el 10% entre \$551 a 650 dólares, mientras que el 6% más a \$ 651 dólares.

de \$ 651 dólares al mes. Se determina que la mayor parte de población encuestada percibe sueldos mensuales entre los \$318 a los \$450 dólares.

**Pregunta 2. Durante la hora de su almuerzo donde acostumbra comer diariamente.**

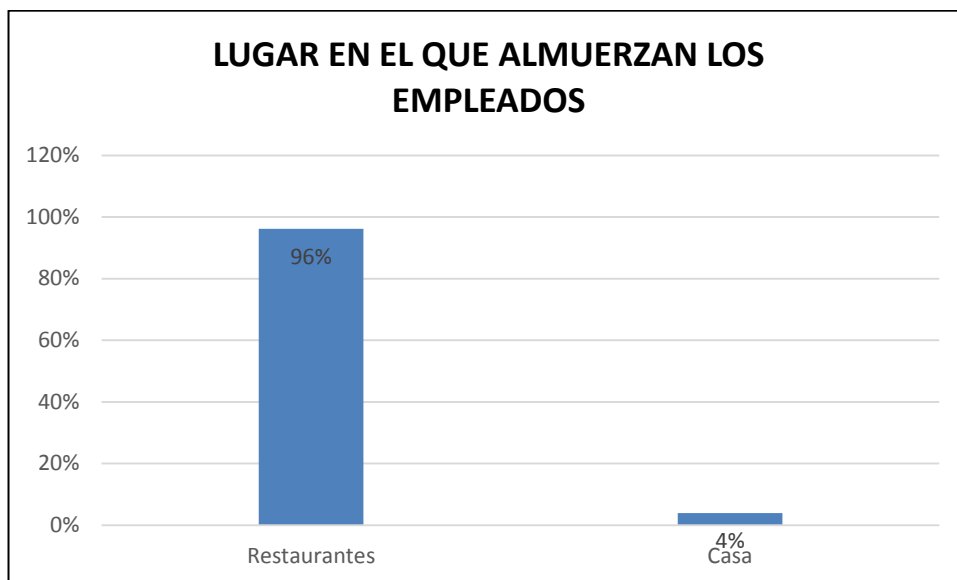
**CUADRO 3**

**LUGAR EN EL QUE ALMUERZAN LOS EMPLEADOS**

| Sitio de Alimentación Diaria | Frecuencia | Porcentaje  |
|------------------------------|------------|-------------|
| Restaurantes                 | 298        | 96%         |
| Casa                         | 12         | 4%          |
| <b>TOTAL</b>                 | <b>310</b> | <b>100%</b> |

FUENTE: Encuestas empleados públicos y privados del Cantón de la Joya de los Sachas  
ELABORACIÓN: La Autora

**GRÁFICA 9**



**INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS:**

Del 100% de los encuestados el 96% afirma que acude a los restaurantes para alimentarse diariamente, mientras que el 4% se alimenta en su casa.

Se determina que la mayor parte de la población encuestada se alimenta diariamente en restaurantes.

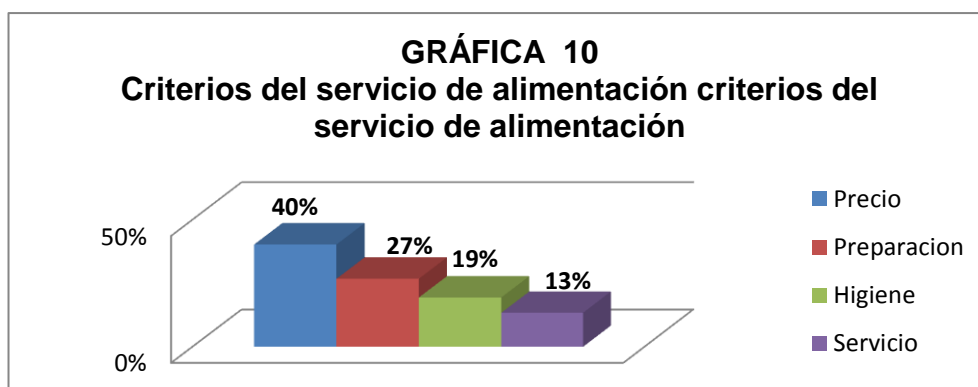
**Pregunta 3. ¿Dónde usted almuerza, que es lo que más le llama la atención en el servicio de alimentación?**

#### CUADRO 4

##### CRITERIOS DEL SERVICIO DE ALIMENTACIÓN

| Preferencias en el servicio de alimentación | Frecuencia | Porcentaje |
|---|------------|------------|
| <b>Precio</b>                               | 120        | 40%        |
| <b>Preparación</b>                          | 80         | 27%        |
| <b>Higiene</b>                              | 58         | 19%        |
| <b>Servicio</b>                             | 40         | 13%        |

FUENTE: Encuestas empleados públicos y privados del Cantón de la Joya de los Sachas  
ELABORACIÓN: La Autora



#### INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

El 40% de los encuestados afirman que el precio es primordial al momento de consumir sus alimentos, el 27% prefieren que se una preparación excelente, el 19% les interesa la higiene, mientras que el 13% prefieren que el servicio sea de calidad. Se determina que es esencial que el precio sea

accesible pero no se limite la higiene y el servicio por parte de quienes se dedican a la preparación y expendio de alimentos.

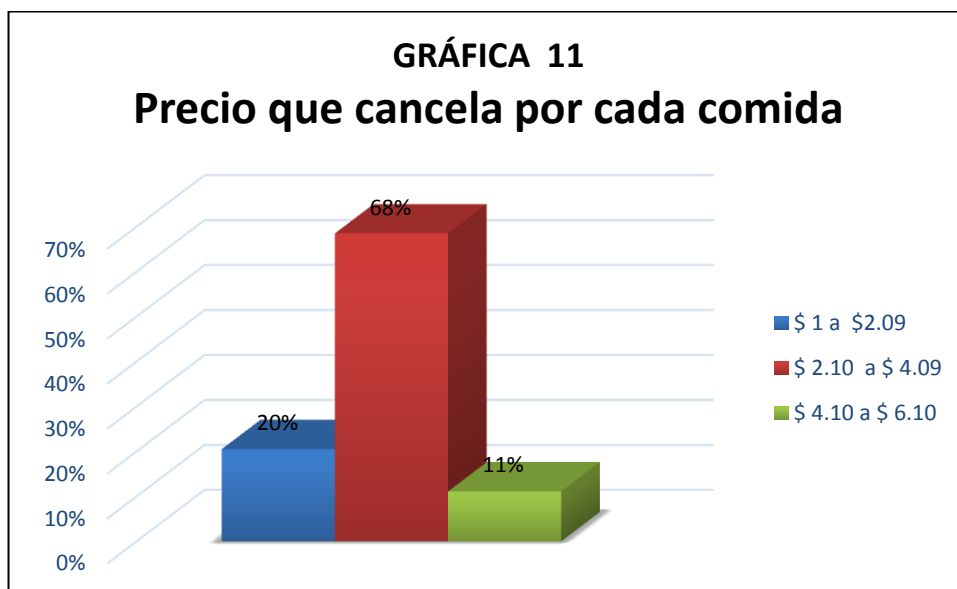
**Pregunta 4. ¿Cuánto paga por el servicio de alimentación que Ud.**

**Utiliza?**

**CUADRO 5  
PRECIO DEL SERVICIO DE ALIMENTACIÓN**

| Precio que Ud. cancela por el servicio de alimentación | Frecuencia | Porcentaje  |
|--|------------|-------------|
| \$ 1 a \$2.09  | 61         | 20%         |
| \$ 2.10 a \$ 4.09                                      | 204        | 68%         |
| \$ 4.10 a \$ 6.10                                      | 33         | 11%         |
| <b>TOTAL</b>   | <b>298</b> | <b>100%</b> |

FUENTE: Encuestas empleados públicos y privados del Cantón de la Joya de los Sachas  
ELABORACIÓN: La Autora



**INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS**

El 20% de los encuestados cancela entre \$ 1 a \$2.09 por comida, el 68% entre \$ 2.10 a \$ 4.09 dólares, el 11% entre \$ 4.10 a \$ 6.10



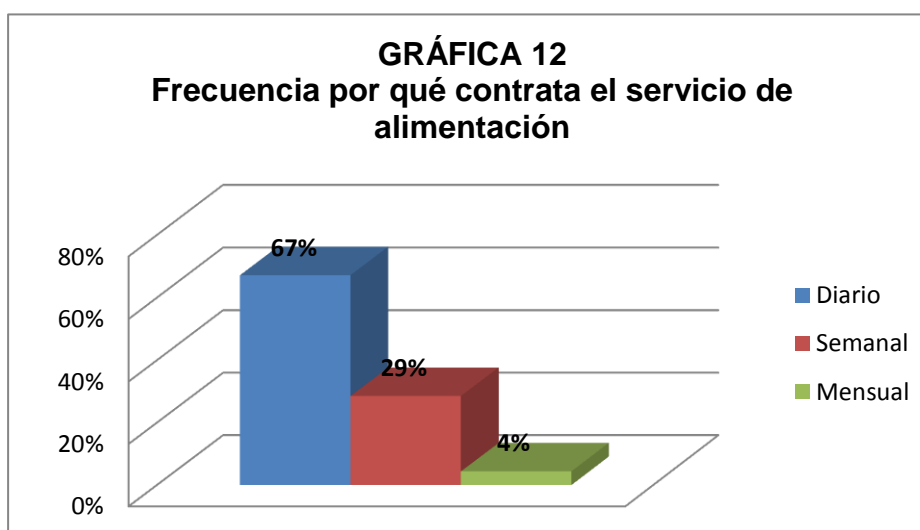
dólares. Lo que determina que el precio es un factor importante en el consumo diario de alimentos.

**Pregunta 5. ¿Con que frecuencia contrata el servicio de alimentación en el siguiente rango?**

**CUADRO 6  
FRECUENCIA CON LA QUE CONTRATA EL SERVICIO DE ALIMENTACIÓN**

| Frecuencia de la contratación del servicio de alimentación | Frecuencia | Porcentaje |
|--|------------|------------|
| <b>Diario</b>  | 200        | 67%        |
| <b>Semanal</b>   | 85         | 29%        |
| <b>Mensual</b>   | 13         | 4%         |
| <b>TOTAL</b>   | 298        | 100%       |

FUENTE: Encuestas empleados públicos y privados del Cantón de la Joya de los Sachas  
ELABORACIÓN: La Autora



### INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

El 67% de la población encuestada indica que contrata de forma diaria el servicio de alimentación, el 29% de manera semanal, mientras que el 4% de forma mensual. Se determina que la mayor

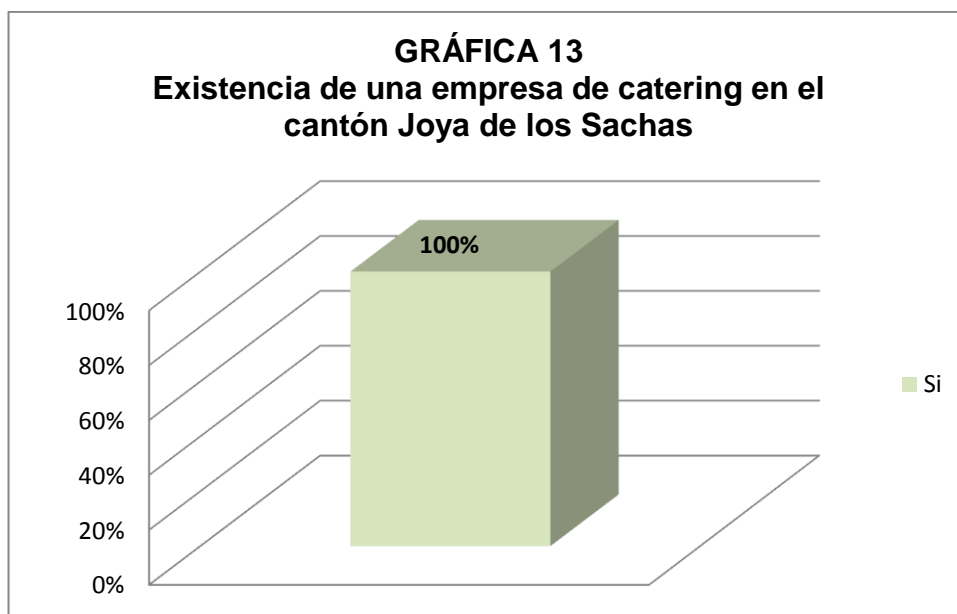
parte de la población contrata el servicio de manera diaria debido a las labores cotidianas de los encuestados.

**Pregunta 6. ¿Conoce Ud. de alguna empresa de servicios de Catering el cantón Joya de los Sachas?**

**CUADRO 7  
IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE CATERING EN EL  
CANTÓN JOYA DE LOS SACHAS**

| Existencia de una empresa de Catering el cantón Joya de los Sachas | Frecuencia | Porcentaje  |
|--|------------|-------------|
| Si   | 298        | 100%        |
| No   | 0          | 0%          |
| <b>TOTAL</b>   | <b>298</b> | <b>100%</b> |

FUENTE: Encuestas empleados públicos y privados del Cantón de la Joya de los Sachas  
ELABORACIÓN: La Autora



## INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

El 100% de los encuestados conoce de la existencia de una empresa de catering en el cantón Joya de los Sachas, lo que determina que los consumidores conocen las empresas destinadas a catering.

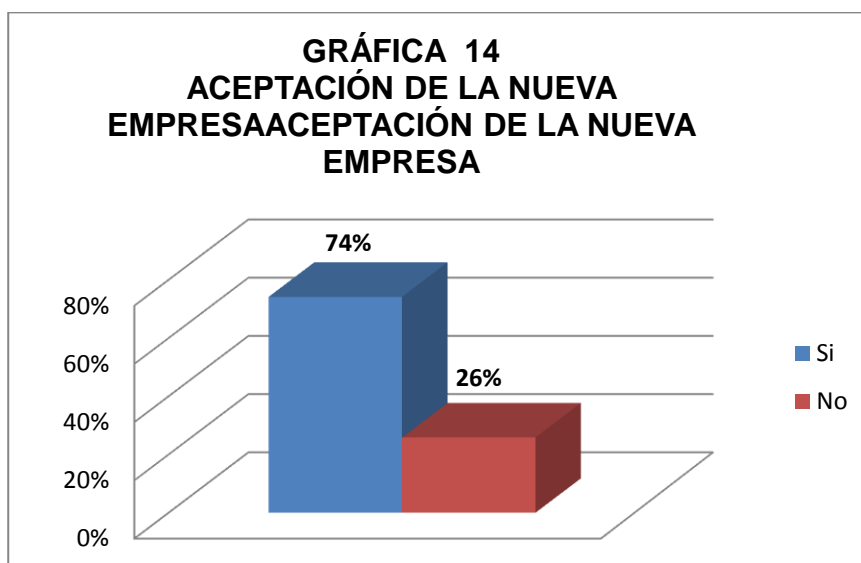
**Pregunta 7. ¿Si se creara una empresa de servicios de catering en el cantón Joya de los Sachas que preste estos servicios de alimentación cumpliendo con todas las exigencias de nutrición diarias en su mismo lugar de trabajo, haría uso de este servicio?**

**CUADRO 8**

### ACEPTACIÓN DE LA NUEVA EMPRESA

| Opción       | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------|------------|-------------|
| Si           | 221        | 74%         |
| No           | 77         | 26%         |
| <b>TOTAL</b> | <b>298</b> | <b>100%</b> |

FUENTE: Encuestas empleados públicos y privados del Cantón de la Joya de los Sachas  
ELABORACIÓN: La Autora



## INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

El 74% aceptaría la implementación del servicio de catering, mientras que el 26% no estaría de acuerdo. Se establece que el mayor porcentaje de los empleados estaría dispuesto a consumir los alimentos que se ofrecen en este tipo de servicio.

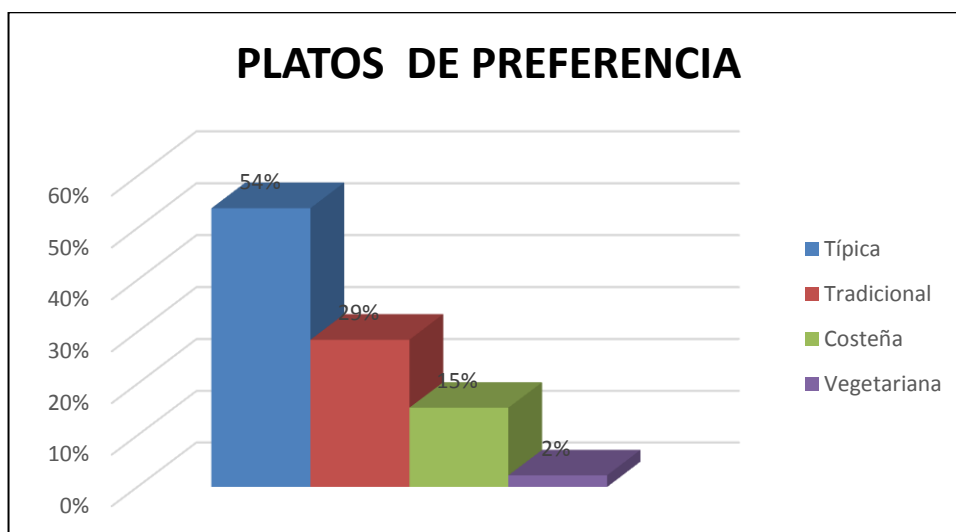
**Pregunta 8. ¿Qué tipo de comida le gustaría que oferte una empresa que preste este tipo de servicio?**

**PLATOS DE PREFERENCIA  
CUADRO 9**

| Opciones    | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------|------------|------------|
| Típica      | 119        | 54%        |
| Tradicional | 63         | 29%        |
| Costeña     | 34         | 15%        |
| Vegetariana | 5          | 2%         |

FUENTE: Encuestas empleados públicos y privados del Cantón de la Joya de los Sachas  
ELABORACIÓN: La Autora

**GRÁFICA 15**



## INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

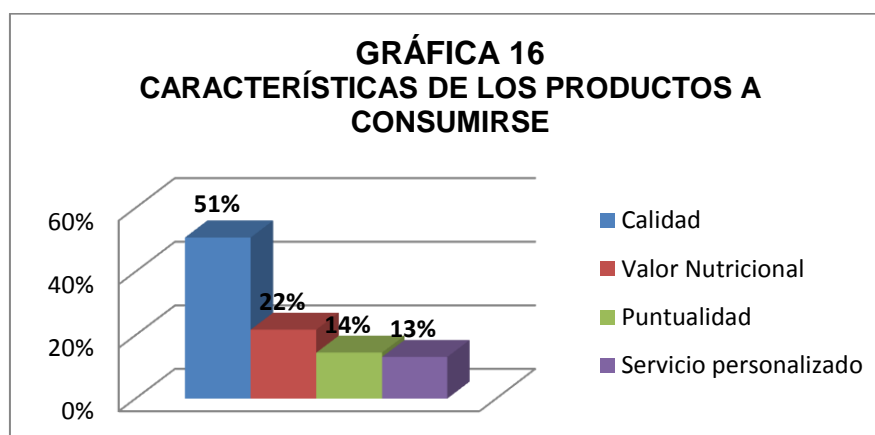
Del 100% de los encuestados, el 54% prefiere la preparación de comida típica, el 29% de tradicional, el 15% de costeña, mientras que el 2% la prefiere vegetariana. Se establece que es indispensable la preparación de distintos platos para poder satisfacer no solo las necesidades nutricionales sino también el paladar de quienes visiten esta empresa de catering.

**Pregunta 9. ¿Qué características diferenciadoras busca usted en productos y servicios de esta clase?**

**CUADRO 10  
CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS A CONSUMIRSE**

| Características que Ud. busca en los productos que va consumir | Frecuencia | Porcentaje |
|--|------------|------------|
| Calidad  | 112        | 51%        |
| Valor Nutricional  | 48         | 22%        |
| Puntualidad  | 32         | 14%        |
| Servicio personalizado   | 29         | 13%        |

FUENTE: Encuestas empleados públicos y privados del Cantón de la Joya de los Sachas  
ELABORACIÓN: La Autora



## INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

El 51% considera que al momento de adquirir productos alimenticios previamente preparados es indispensable que sean de buena calidad, el 22% considera importante el valor nutricional, el 14% atribuye que es la puntualidad, mientras que el 13% le gustaría que hubiese servicio personalizado. Se establece que es primordial que los productos que se expendan para la alimentación diaria sean de primera calidad, con un valor nutricional excelente, puntuales con servicio personalizado.

**Pregunta 10. ¿Qué promociones le gustaría que la nueva empresa de Catering ofrezca?**

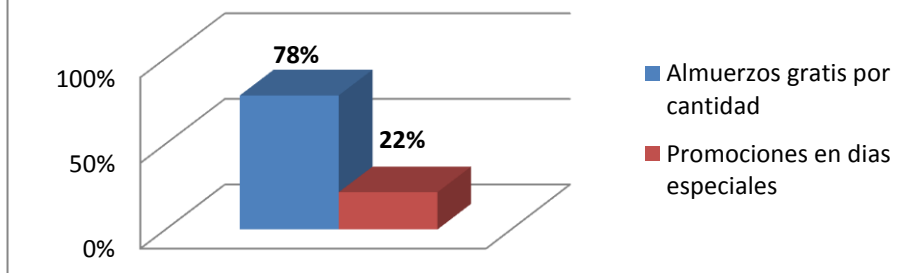
### PROMOCIONES OFRECIDAS POR LA EMPRESA DE CATERING

**CUADRO 11**

| Promociones que le gustaría ofreciese la empresa por el consumo de alimentos | Frecuencia | Porcentaje |
|--|------------|------------|
| Almuerzos gratis por cantidad  | 173        | 78%        |
| Promociones en días especiales   | 48         | 22%        |

FUENTE: Encuestas empleados públicos y privados del Cantón de la Joya de los Sachas  
ELABORACIÓN: La Autora

**GRÁFICA 17**  
**PROMOCIONES QUE SE DEBERIAN OFRECER POR EL CONSUMO DE ALIMENTOS EN NUESTRA EMPRESA**



## INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

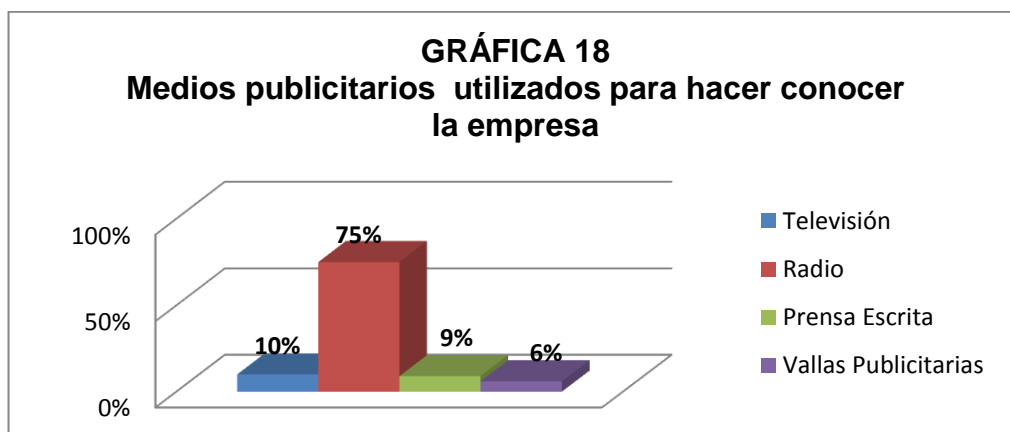
El 78% considera que sería una buena alternativa almuerzos gratis por cantidad de alimentos consumidos, mientras que el 22% promociones en días especiales. Se determina que sería importante implementar políticas que permitan retribuir la confianza y constancia de los clientes permitiendo engrandecer la empresa propuesta.

**Pregunta 11. ¿Qué medio publicitario le parece más adecuado para dar a conocer los servicios de la nueva empresa?**

**CUADRO 12  
MEDIOS PUBLICITARIOS PARA CONOCIMIENTO DE LA EMPRESA**

| Medios publicitarios utilizados para hacer conocer la empresa | Frecuencia | Porcentaje  |
|---|------------|-------------|
| Televisión  | 22         | 10%         |
| Radio   | 165        | 75%         |
| Prensa Escrita  | 20         | 9%          |
| Vallas Publicitarias  | 14         | 6%          |
| <b>TOTAL</b>  | <b>221</b> | <b>100%</b> |

FUENTE: Encuestas empleados públicos y privados del Cantón de la Joya de los Sachas  
ELABORACIÓN: La Autora



FUENTE: Encuestas empleados públicos y privados  
ELABORACIÓN: La Autora

## INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

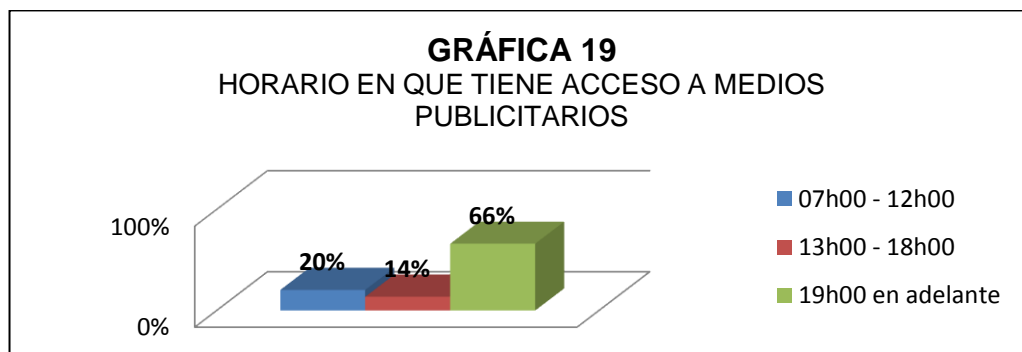
Del 100% de los encuestados el 10% considera que sería importante utilizar medios publicitarios como la televisión al momento de dar a conocer la empresa, el 75% considera que sería imprescindible utilizar la radio, el 9% la prensa escrita, mientras que el 6% las vallas publicitarias. Se determina que la radio sería el medio propicio al momento de publicitar dicha empresa.

**Pregunta 12. ¿En qué horarios usualmente usted tiene acceso a estos medios publicitarios?**

**CUADRO 13**

| Horas en las que tiene acceso a medios publicitarios | Frecuencia | Porcentaje  |
|--|------------|-------------|
| 07h00 - 12h00  | 45         | 20%         |
| 13h00 - 18h00  | 30         | 4%          |
| 19h00 en adelante                                    | 146        | 6%          |
| <b>TOTAL</b>   | <b>221</b> | <b>100%</b> |

FUENTE: Encuestas empleados públicos y privados del Cantón de la Joya de los Sachas  
ELABORACIÓN: La Autora



FUENTE: Encuestas empleados públicos y privados

ELABORACIÓN: La Autora



## INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

El 20% tiene acceso a los medios publicitarios entre las 07h00 a 12h00, el 14% de 13h00 a 18h00, mientras que el 66% desde las 19h00. Lo que determina que la mayor parte de la población encuestada tiene acceso a los medios informativos en la jornada nocturna.

## ENCUESTA PARA DETERMINAR LA OFERTA

Pregunta 1. ¿En su restaurante Ud. vende almuerzos?

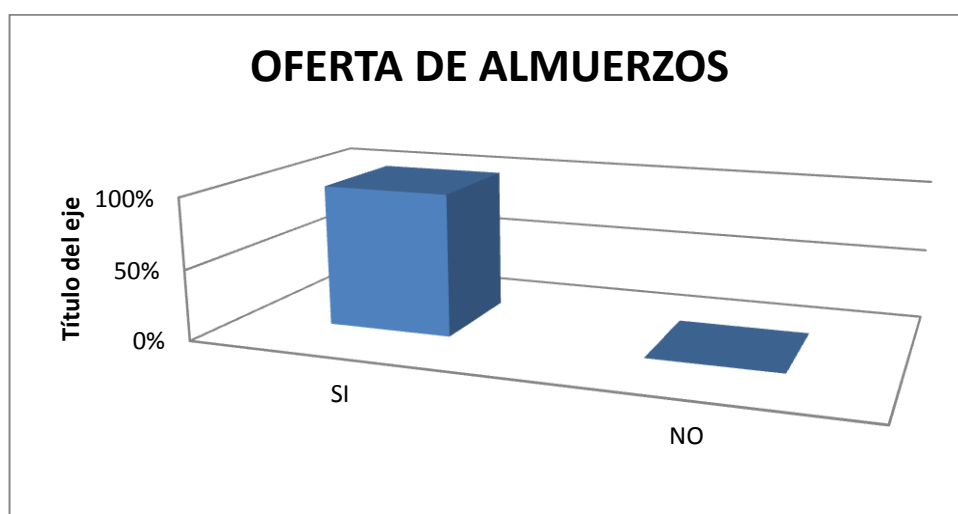
**CUADRO 14**  
**OFERTA DE ALMUERZOS**

| DETALLE      | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| SI           | 7          | 100%       |
| NO           | 0          | 0%         |
| <b>TOTAL</b> | <b>7</b>   | <b>100</b> |

Fuente: Encuesta a los Oferentes

Elaboración: La Autora

**GRÁFICA 20**



## INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

De los 7 restaurantes que son parte de la oferta en la Joya de los Sachas, se puede evidenciar que el 100% de los encuestados, es decir todos ofrecen el servicio de almuerzo, aunque no es a domicilio como en el caso de la nueva empresa que se pretende instalar esta se constituye como la oferta real del proyecto.

### Pregunta 2. ¿Cuántos almuerzos vende diariamente?

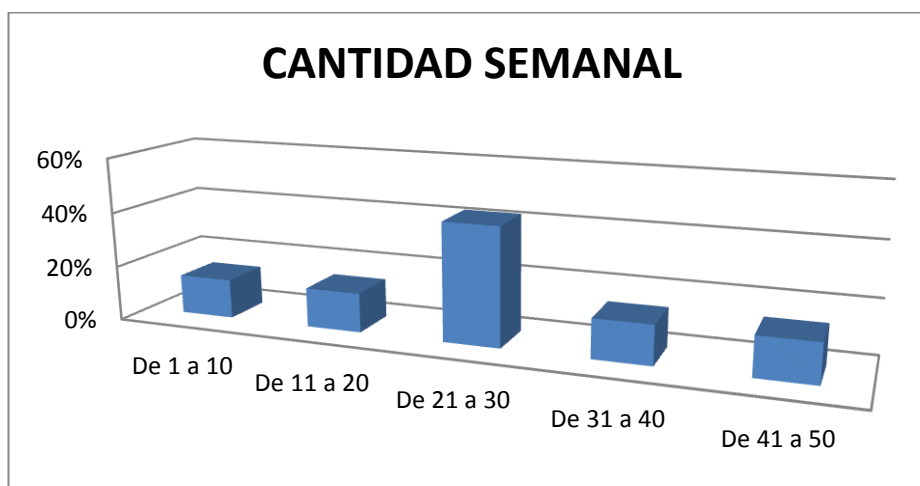
**CUADRO 15**  
**CANTIDAD SEMANAL**

| DETALLE      | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| De 1 a 10    | 1          | 14%        |
| De 11 a 20   | 1          | 14%        |
| De 21 a 30   | 3          | 43%        |
| De 31 a 40   | 1          | 14%        |
| De 41 a 50   | 1          | 14%        |
| <b>TOTAL</b> | <b>7</b>   | <b>100</b> |

Fuente: Encuesta a los Oferentes

Elaboración: La Autora

**GRÁFICA 21**



## INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

Al preguntar sobre la cantidad de almuerzos que los oferentes venden semanalmente se puede observar que 1 oferente vende de 1 a 10 almuerzos; la misma cantidad de oferentes o el 14% vende de 11 a 20 almuerzos; de 31 a 40 y de 41 a 50 almuerzos diariamente; finalmente el 43% vende de 21 a 30 almuerzos diariamente

**Pregunta 3. ¿Cuál es el precio al que vende Ud. los almuerzos?**

**CUADRO 16**

### PRECIO

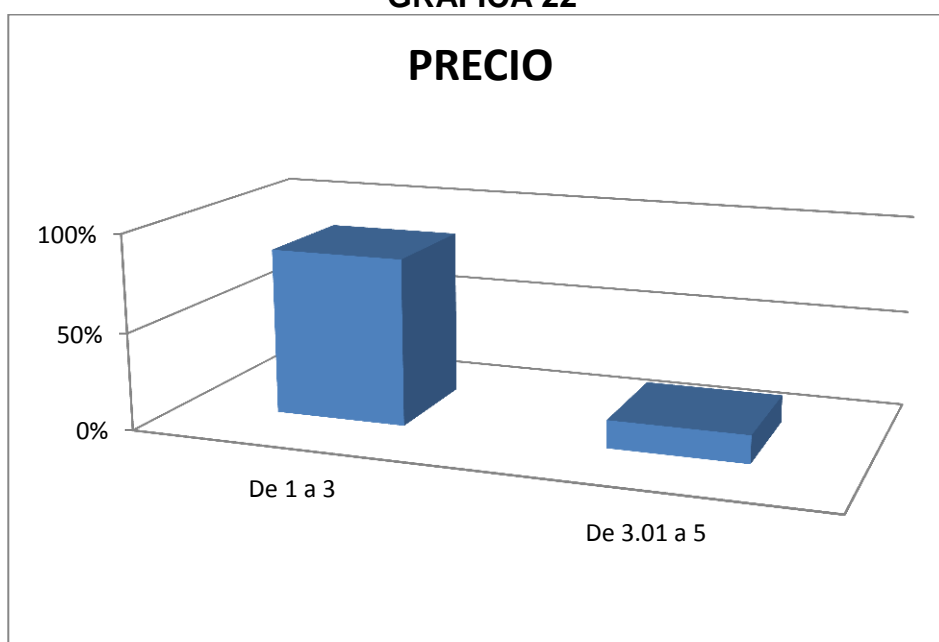
| DETALLE      | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| De 1 a 3     | 6          | 86%        |
| De 3.01 a 5  | 1          | 14%        |
| <b>TOTAL</b> | <b>7</b>   | <b>100</b> |

**Fuente:** Encuesta a los Oferentes

**Elaboración:** La Autora

**GRÁFICA 22**

### PRECIO



## INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

El precio al cual los oferentes venden los almuerzos como se demuestra en los datos es de 1 a 3 dólares, en su gran mayoría con un 86%, y el 14% los vende de 3,01 a 5 dólares. Esto se debe a que en la mayoría de establecimientos los almuerzos por lo general tiene un costo de 2 dólares.

**Pregunta 4. ¿Ofrece Ud. promociones a sus clientes?**

**CUADRO 17**

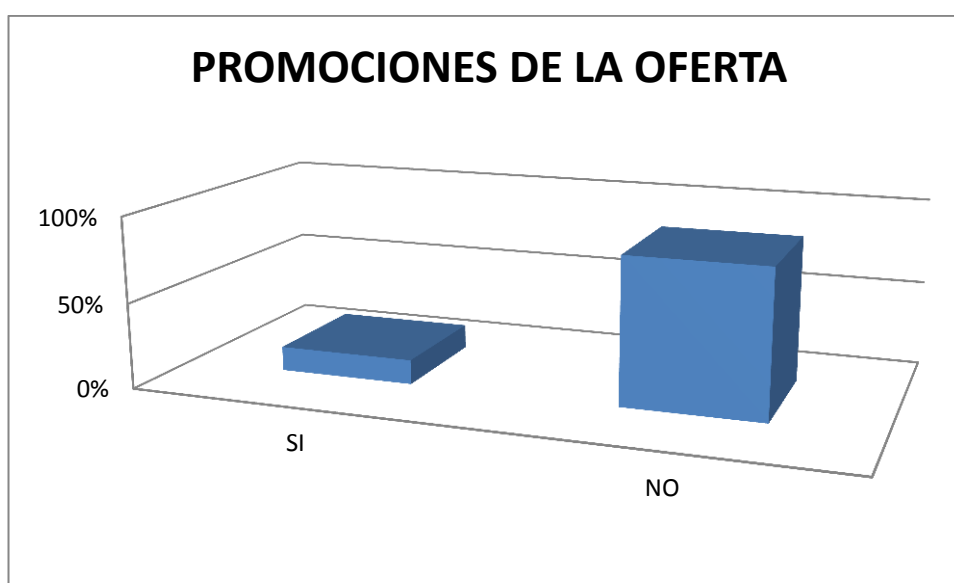
**PROMOCIONES DE LA OFERTA**

| DETALLE      | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| SI           | 1          | 14%        |
| NO           | 6          | 86%        |
| <b>TOTAL</b> | 7          | 100        |

Fuente: Encuesta a los Oferentes

Elaboración: La Autora

**GRÁFICA 23**



## INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

En cuanto a las promociones que ofrecen los competidores se puede evidenciar que el 14% de los encuestados manifiesta que si realiza promociones, y el 86% de los encuestados manifiesta que no realiza promociones, esto por tratarse de un cantón pequeño y los oferentes no consideran necesario realizar promociones.

**¿Realiza publicidad para dar a conocer los productos de su restaurante?**

**CUADRO 18**

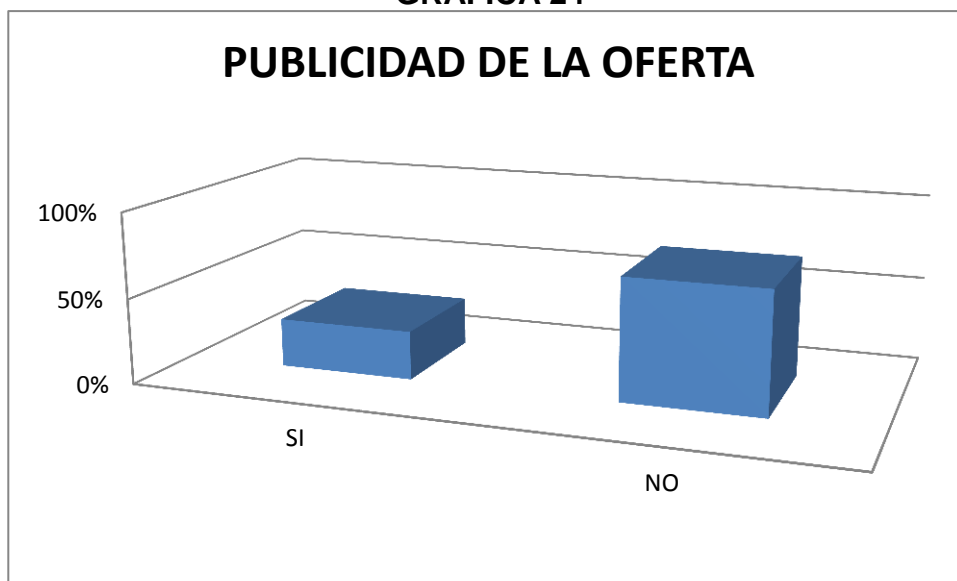
**PUBLICIDAD DE LA OFERTA**

| DETALLE      | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| SI           | 2          | 29%        |
| NO           | 5          | 71%        |
| <b>TOTAL</b> | <b>7</b>   | <b>100</b> |

**Fuente:** Encuesta a los Oferentes

**Elaboración:** La Autora

**GRÁFICA 24**



## **INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS**

Como se puede observar el 29% de los oferentes manifiesta que si realizan publicidad para dar a conocer los productos de su empresa, mientras que el 71% manifiestan que no realiza publicidad. Esto por considerar que la publicidad no es necesaria.

## **g) DISCUSIÓN**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

#### **ANÁLISIS DE LA DEMANDA**

La demanda se corresponde con deseos humanos respaldados por el poder adquisitivo.

Así pues, existirá demanda de nuestro producto/servicio si hay personas que lo deseen y estén dispuestas a pagar por él (clientes).

Para analizar la demanda, recopilaremos toda la información posible sobre:

- La clientela, en concreto sobre el segmento específico del mercado al que vamos a atender.
- Las características globales del mercado en relación con ese producto

#### **DEMANDA POTENCIAL**

Son los potenciales demandantes del servicio de Catering, en este caso un total de 1385 empleados públicos y privados que representa la población los mismos que laboran en las diferentes empresas públicas y privadas fuente obtenida del Ministerio de Relaciones Labores para el 2013, y proyectada con una tasa de crecimiento de empleados públicos y privados según el ministerio de relaciones laborales del 3,94%, para 5 años de vida útil del proyecto, así:

CUADRO 19

| <b>DEMANDA POTENCIAL</b> |  |                            |                          |
|--------------------------|--|----------------------------|--------------------------|
| <b>AÑOS</b>              | <b>Población Empleados Públicos y privados del Cantón Joya de los Sachas</b> | <b>TASA DE CRECIMIENTO</b> | <b>DEMANDA POTENCIAL</b> |
| 2013                     | 1.385  | 3,94%                      | 1.385                    |
| 2014                     | 1.440  | 3,94%                      | 1.496                    |
| 2015                     | 1.555  | 3,94%                      | 1.617                    |
| 2016                     | 1.680  | 3,94%                      | 1.746                    |
| 2017                     | 1.815  | 3,94%                      | 1.887                    |
| 2018                     | 1.961  | 3,94%                      | 2.038                    |

FUENTE: Ministerio de Relaciones Labores

ELABORACIÓN: La Autora

## DEMANDA REAL

La demanda real se establece mediante la pregunta 2 de la encuesta a los demandantes, en este caso se determina por el número de personas que durante su descanso de medio día acuden a restaurantes y casa de comida, esto es 96% de la población total, quedando al margen las personas que acuden a su hogar para alimentarse en este espacio de descanso. Para efectuar el cálculo se toma como base la demanda potencial y el resultado de las encuestas de la pregunta 2, así:



**CUADRO 20  
DEMANDA REAL**

| <b>AÑOS</b> | <b>DEMANDA POTENCIAL</b> | <b>PORCENTAJE DE ALMUERZAN FUERA DE CASA</b> | <b>DEMANDA REAL</b> |
|-------------|--------------------------|--|---------------------|
| 2013        | 1.385                    | 96%  | 1.330               |
| 2014        | 1.496                    | 96%  | 1.436               |
| 2015        | 1.617                    | 96%  | 1.552               |
| 2016        | 1.746                    | 96%  | 1.677               |
| 2017        | 1.887                    | 96%  | 1.811               |
| 2018        | 2.038                    | 96%  | 1.957               |

FUENTE: CUADRO 3

ELABORACIÓN: La Autora

### **CONSUMO PER CÁPITA**

Para determinar el promedio de consumo de almuerzos de la población se hace referencia a la pregunta 6 de la encuesta a los demandantes donde se establece el número de veces que los encuestados hacen uso del servicio de Catering, y luego se calculará un promedio anual, como se muestra en el cuadro siguiente.

**CUADRO 21  
PROMEDIO DE CONSUMO**

| <b>Frecuencia de la contratación del servicio de alimentación</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>Cantidad</b> | <b>Anual</b> |
|---|-------------------|-----------------|--------------|
| Diario  | 200               | 240             | 48000        |
| Semanal   | 85                | 52              | 4420         |
| Mensual   | 13                | 12              | 156          |
| <b>TOTAL</b>  | <b>298</b>        |                 | <b>52576</b> |

FUENTE: CUADRO 7

ELABORACIÓN: La Autora

$$\text{Promedio de consumo} = \frac{\text{Servicios anuales}}{\text{Número de personas}}$$

$$\text{Promedio de consumo} = \frac{52576}{298} = 176 \text{ Almuerzos anuales}$$

Una vez que se ha determinado el promedio de consumo que es 176 servicios (almuerzos) por cada persona anualmente, se debe calcular la demanda real en servicios (almuerzos), como se muestra en el cuadro siguiente:

**CUADRO 22**  
**DEMANDA REAL EN SERVICIOS**

| <b>AÑOS</b> | <b>DEMANDA REAL</b> | <b>PROMEDIO DE CONSUMO</b> | <b>DEMANDA REAL EN SERVICIOS</b> |
|-------------|---------------------|----------------------------|----------------------------------|
| 2013        | 1.330               | 176                        | 234.581                          |
| 2014        | 1.436               | 176                        | 253.430                          |
| 2015        | 1.552               | 176                        | 273.794                          |
| 2016        | 1.677               | 176                        | 295.793                          |
| 2017        | 1.811               | 176                        | 319.561                          |
| 2018        | 1.957               | 176                        | 345.239                          |

FUENTE: CUADROS 3 y 22

ELABORACIÓN: La Autora

### **DEMANDA EFECTIVA**

La demanda efectiva se determina mediante la pregunta 8 en la cual se establece el porcentaje de encuestados que harían uso de los servicios de la nueva empresa de Catering.

**CUADRO 23**  
**DEMANDA EFECTIVA**

| <b>AÑOS</b> | <b>DEMANDA REAL</b> | <b>PORCENTAJE DE ACEPTACIÓN DE LA NUEVA EMPRESA</b> | <b>DEMANDA EFECTIVA</b> |
|-------------|---------------------|---|-------------------------|
| 2013        | 234.581             | 74%   | 173.590                 |
| 2014        | 253.430             | 74%   | 187.538                 |
| 2015        | 273.794             | 74%   | 202.607                 |
| 2016        | 295.793             | 74%   | 218.887                 |
| 2017        | 319.561             | 74%   | 236.475                 |
| 2018        | 345.239             | 74%   | 255.477                 |

FUENTE: CUADRO 23

ELABORACIÓN: La Autora

### **ANÁLISIS DE LA OFERTA**

Es necesario manifestar que al momento no existen empresa de Catering en el cantón La Joya de los Sachas según el servicio de rentas internas, por lo cual al momento no existe oferta del servicio de catering, sin embargo se toma en cuenta los restaurantes existentes en el lugar para establecer la oferta de almuerzos.

Para ello se debe hacer referencia la segunda pregunta de la oferta donde se determina la cantidad de almuerzos que venden los oferentes semanalmente, con la finalidad de establecer la oferta total

**CUADRO 24**  
**Oferta Total de Almuerzos**

| <b>VARIABLE</b> | <b>FRECUENCIA</b> | <b>xm</b> | <b>xm.f</b> | <b>TIEMPO</b> | <b>TOTAL ANUAL</b> |
|-----------------|-------------------|-----------|-------------|---------------|--------------------|
| De 1 a 10       | 1                 | 5,5       | 5,5         | 52            | 286                |
| De 11 a 20      | 1                 | 15,5      | 15,5        | 52            | 806                |
| De 21 a 30      | 3                 | 25,5      | 76,5        | 52            | 3978               |
| De 31 a 40      | 1                 | 35,5      | 35,5        | 52            | 1846               |
| De 41 a 50      | 1                 | 45,5      | 45,5        | 52            | 2366               |
| <b>TOTAL</b>    | <b>7</b>          |           |             |               | <b>9282</b>        |

Fuente: Cuadro 16

Elaboración: La autora

### **OFERTA PROYECTADA**

Para establecer la oferta total es necesario proyectarla para los 5 años de vida útil del proyecto tomando en cuenta la tasa de crecimiento de los restaurantes en el cantón que según el SRI es de 3,70%. Con ello se establece la oferta proyectada.

**CUADRO 25**  
**OFERTA REAL**

| <b>AÑOS</b> | <b>OFERTA ANUAL</b> | <b>TASA DE CRECIMIENTO</b> |
|-------------|---------------------|----------------------------|
| 0           | 9282                | 3,70%                      |
| 1           | 9625                | 3,70%                      |
| 2           | 9982                | 3,70%                      |
| 3           | 10351               | 3,70%                      |
| 4           | 10734               | 3,70%                      |
| 5           | 11131               | 3,70%                      |

Fuente: Cuadro 25

Elaboración: La autora

## DEMANDA INSATISFECHA

Para determinar la demanda insatisfecha se tomará en cuenta la demanda efectiva y la oferta real, como se muestra en el cuadro siguiente.

**CUADRO 26**  
**DEMANDA INSATISFECHA**

| <b>AÑOS</b> | <b>DEMANDA EFECTIVA</b> | <b>OFERTA</b> | <b>DEMANDA INSATISFECHA</b> |
|-------------|-------------------------|---------------|-----------------------------|
| 0           | 173.590                 | 9.282         | 164.308                     |
| 1           | 187.538                 | 9.625         | 177.913                     |
| 2           | 202.607                 | 9.982         | 192.626                     |
| 3           | 218.887                 | 10.351        | 208.536                     |
| 4           | 236.475                 | 10.734        | 225.741                     |
| 5           | 255.477                 | 11.131        | 244.346                     |

FUENTE: CUADRO 24 y 26

ELABORACIÓN: La Autora

## PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

Después de establecer la demanda insatisfecha, es importante definir el plan de comercialización, en lo que respecta al precio, producto, plaza, promoción y publicidad:

### PRODUCTO

El producto que ofrecerá la nueva empresa de Catering es el de almuerzos en oficinas de los empleados públicos y privados, con un menú ejecutivos que constará de:

- Sopa

**GRÁFICA 25**



- Plato fuerte (consta de arroz, carne o menestra de granos, ensalada)

**GRÁFICA 26**



- Postre

**GRÁFICA 27**



- bebida

**GRÁFICA 28**



## **PRECIO**

El precio es la cantidad de dinero anunciada públicamente o marcada que se pide al comprador a cambio de un producto o servicio

El presente proyecto tomará mucho en cuenta la variable precio, debido a que éste tiene mucha importancia al momento de determinar la utilidad de la empresa en relación directa con la cantidad de ventas y además influye sobre la rotación correcta de productos. La fijación de precios del presente proyecto se ira delimitando partiendo de los costos de la empresa.

Para alcanzar los objetivos de la empresa, se debe controlar de manera eficaz la variable precio, para maximizar los beneficios y mantenerse en el mercado, para ello se establecerán precios utilizando criterios centrados en el cliente y manteniendo un nivel de precio del mercado.

No se puede prescindir de los criterios basados en la competencia y de acuerdo a la capacidad de compra del segmento de mercado.

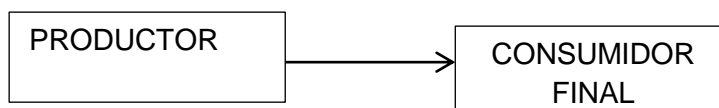
## PLAZA

Comprende las actividades de la empresa que ponen el producto a disposición del consumidor meta”

En este punto la comercialización del producto es de vital importancia, se define el lugar de mercadeo. Considera el manejo efectivo de los canales de distribución logrando que el producto llegue al lugar adecuado, en el momento adecuado y en las condiciones adecuadas

La nueva empresa no necesita de intermediarios para la distribución del producto, por ello el canal de distribución es sumamente corto, utilizando la estrategia de productor consumidor final. Como se muestra en el siguiente gráfico

**GRÁFICA 29**



## PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

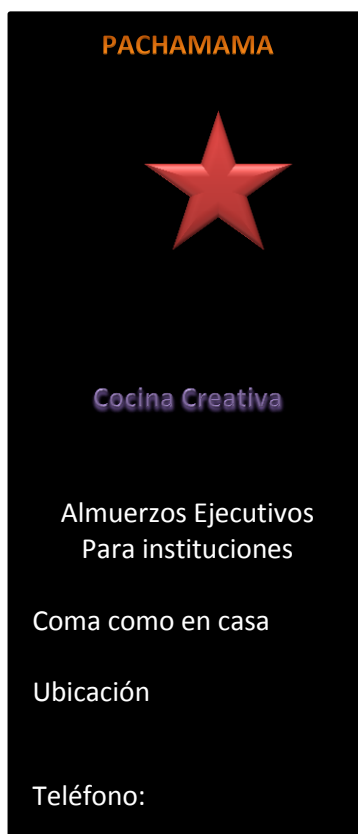
La promoción y publicidad comprende todos los instrumentos de la combinación de marketing cuyo objetivo es la comunicación persuasiva. “Mediante la promoción la compañía pretende transmitir las cualidades de sus productos a sus clientes, para que estos se vean impulsados a adquirirlos, mediante un sistema de transmisión de la información, para ello se utilizará las siguientes herramientas

- Hojas volantes



Dentro de las herramientas de promoción que la compañía utilizará están los hojas volantes, las mismas que pueden ser utilizados en ferias, exposiciones, demostraciones y especialmente se harán llegar a las instituciones del cantón Joya de los Sachas, generando interés y expectativas en potenciales consumidores.

### GRÁFICA 30



- Anuncios en la radio

Para dar a conocer los productos de la nueva empresa también se utilizarán anuncios en las radios, ya que es un medio de amplia difusión

y que es adecuado en costos para una empresa que está recién comenzando a surgir.

Es por ello que se hará cuñas publicitarias en la radio de mayor acogida en el cantón como lo es la radio Joya de los Sachas ubicada en la Av. Los Fundadores y Aucas - Barrio Central. Los anuncios tendrán el siguiente texto

Si está cansado de los almuerzos de restaurantes que no ofrecen comida fresca, Deja que Pachamama haga de tu almuerzo una experiencia única y se ocupe de todos los detalles y pormenores, come como en casa cuidando tu salud con un servicio a medida.

Ofrecemos el servicio de almuerzo ejecutivo en su oficina a precios cómodos y cuidando su salud, con un excelente toque como hecho en casa para que no tenga que desvincularse de tus actividades cotidianas.

Estamos ubicados en las calles Estefanía Crespo y Av. Los Fundadores o puedes comunicarte a los teléfonos-

09947744411

## **ESTUDIO TÉCNICO**

### **TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN**

#### **Tamaño de la Planta.**

Con los resultados del el estudio de mercado, se puede establecer el tamaño de la planta, aquí se da a conocer que la cantidad demandada

proyectada a futuro la cual es considerada como el factor principal. En la cual la cantidad demandada estará en función del crecimiento de las personas que hagan uso del Servicio de Catering.

### **Capacidad Instalada.**

La capacidad instalada son las condiciones que tiene la empresa para atender una determinada cantidad de servicios que se ha decidido entregar al público consumidor. En el presente proyecto, se ha podido determinar que la capacidad instalada de la Empresa de Servicios de Catering representándola en el siguiente cuadro indicando la capacidad instalada de la empresa tenemos: Para poder obtener la capacidad instalada se ha tomado en cuenta el que se requiere para preparar los alimentos; luego de establecer el menú que se realizará y con todos los alimentos e ingredientes necesarios se procede a prepararlos tomando en cuenta todas las técnicas e insumos necesarios que se requieren para la cocción de cada plato, en este caso primero preparamos el postre que no es complicado al prepararlo, se toma los ingredientes necesarios, se los mezcla con un tiempo de 5 minutos utilizando la **licuadora**, luego se sirve en el plato para poder adornar con un tiempo de 2 minutos, luego se adorna utilizando **cucharas y cuchillos** utilizando un tiempo de 8 minutos, en total se requiere un tiempo de 15 minutos, luego se procede a realizar la sopa, plato fuerte ( arroz, carne, ensalada ), para este proceso se procede a picar los alimentos con un tiempo de 10 minutos utilizando los utensilios como **cuchillos y fuentes**, luego se procede a aliñar la **olla** con un tiempo de 3 minutos, se procede a colocar los alimentos en la **olla** con un tiempo de 3

minutos, luego se sazona utilizando 2 minutos, luego se lava el arroz utilizando el **cernidor** con un tiempo de 5 minutos, luego se coloca en la olla con un tiempo de 1 minuto, se procede a picar los vegetales para preparar la ensalada con un tiempo utilizando un tiempo de 3 minutos, luego se coloca los aderezos utilizando un tiempo de 3 minutos, en total para realizar el plato fuerte sopa y ensalada se requieren 30 minutos, luego de que se coloca los alimentos que se debe cocinar en las ollas se procede a cocer utilizando la **cocina** para lo cual se requiere un tiempo de 35 minutos, finalmente una vez cocidos los alimentos se procede a servir en los platos respectivos utilizando un tiempo de 5 minutos, en total para este proceso se requiere 70 minutos, para terminar con la elaboración del menú se prepara la bebida como puede ser (jugo, refresco, limonada), utilizando el **cuchillo** se procede a pelar y picar las frutas utilizando un tiempo de 4 minutos, luego se procede a colocar en la **licuadora** y licuar, utilizando un tiempo de 4 minutos, luego se coloca el azúcar y se sirve y adorna el vaso utilizando 2 minutos, en total el tiempo requerido es de 10 minutos, luego se procede a despachar los pedidos trasladándolos desde la cocina hasta las respectivas mesas en un tiempo de 15 minutos ya terminado este proceso se procede a despachar y realizar la respectiva factura ocupando 10 minutos, se ha establecido mediante verificación visual que se podría ofrecer 40 platos en el tiempo de 120 minutos o 2 horas para preparar el menú establecido sirviendo **40** platos, multiplicado por las ocho horas que laborará la empresa sería **160** platos diarios, por cinco días laborables **800** platos **semanales**, al mes que se multiplicará las 4 semanas son **3200**

platos mensuales y multiplicado por 12 meses de año se producirán **38400** platos anuales.

**CUADRO 28**

| <b>CAPACIDAD INSTALADA</b> |                             |          |   |
|----------------------------|-----------------------------|----------|---|
| <b>AÑO</b>                 | <b>DEMANDA INSATISFECHA</b> | <b>%</b> | <b>CAPACIDAD INSTALADA EN PREPARACIÓN DE PLATOS</b> |
| 0                          | 164.308                     | 23,37%   | 38400   |
| 1                          | 177.913                     | 21,58%   | 38400   |
| 2                          | 192.626                     | 19,94%   | 38400   |
| 3                          | 208.536                     | 18,41%   | 38400   |
| 4                          | 225.741                     | 17,01%   | 38400   |
| 5                          | 244.346                     | 15,72%   | 38400   |

Fuente: Cuadro 27  
Elaboración: La autora

### Capacidad Utilizada

Para determinar la capacidad utilizada se debe tomar en cuenta algunos factores como la introducción al mercado de la nueva empresa, por los cual se empezará a trabajar con el 75% de la capacidad instalada de la empresa.

**CUADRO 29**

| <b>CAPACIDAD UTILIZADA</b> |                            |          |   |
|----------------------------|----------------------------|----------|---|
| <b>AÑO</b>                 | <b>CAPACIDAD INSTALADA</b> | <b>%</b> | <b>CAPACIDAD UTILIZADA EN PREPARACIÓN DE PLATOS</b> |
| 1                          | 38400                      | 75%      | 28800   |
| 2                          | 38400                      | 80%      | 30720   |
| 3                          | 38400                      | 85%      | 32640   |
| 4                          | 38400                      | 90%      | 34560   |
| 5                          | 38400                      | 95%      | 36480   |

Fuente: Cuadro 28

Elaboración: La autora

La empresa estará proyectada para realizar 28800 platos anuales para el Servicio de Catering a diferentes instituciones públicas como privadas, que

para el primer año se utilizara el 75% de la capacidad utilizada.

## LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA

La Empresa estará ubicada en el Cantón la Joya de los Sachas Provincia de Orellana su topografía es regular de tierra firme y está formado por una zona plana, con suelos arcillosos de textura delgada y características ferruginosas, y suelos medios de textura media.

Su clima es muy húmedo tropical, con brisas constantes, intensa evaporación y altas temperaturas con nubosidad un único con gran atractivo turísticos, complementada con la comodidad de todos los servicios y estructura que tendrá el proyecto al considerar que es un lugar que cumple con los requerimientos necesarios para su implementación como vías de comunicación, cercanía a los proveedores, servicios básicos, facilidad de transporte para que los usuarios tengan la facilidad de acceder a ella.

Lo cual es necesario determinar la macro y micro localización.

### GRÁFICO 31

#### MACROLOCALIZACIÓN



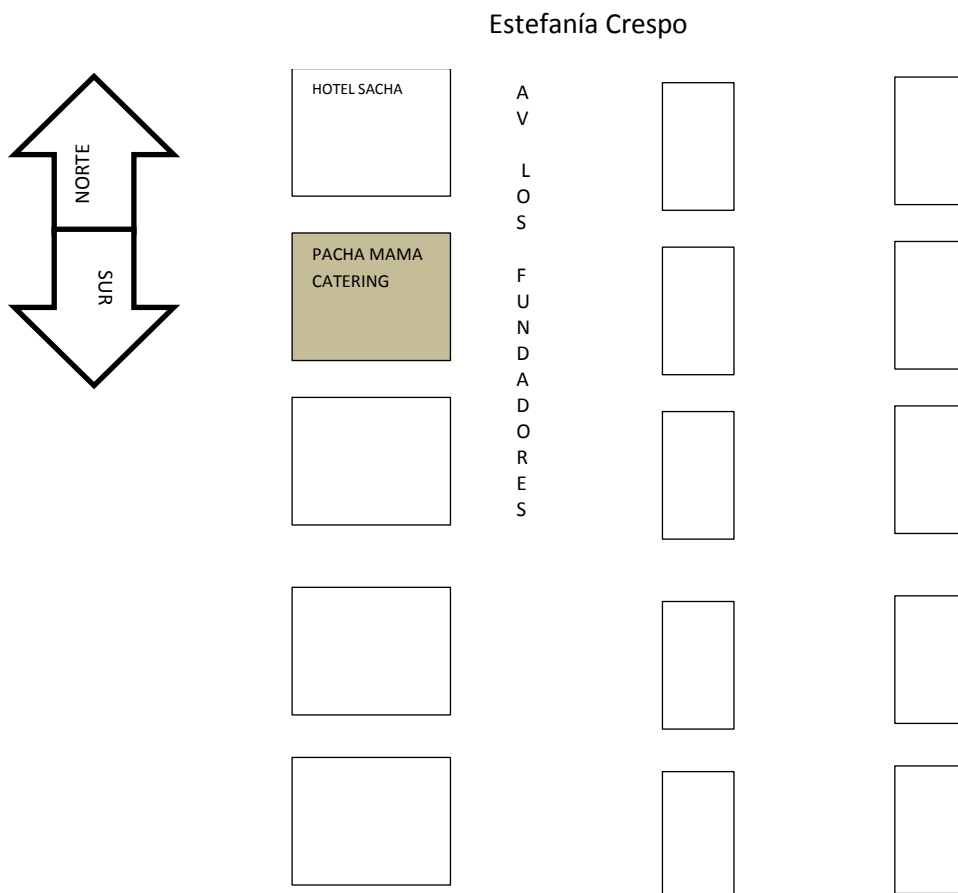
## **MICRO LOCALIZACIÓN**

En la Micro localización damos a conocer la ubicación exacta donde se encontrará la empresa especificando las calles con nombres exactos, para determinar la localización exacta de la empresa en nuestro caso estará ubicada en el Cantón la Joya de los Sachas Provincia de Orellana, en las calles Estefanía Crespo y Av. Los Fundadores

Para determinar la localización exacta de la empresa hemos tomado en consideración algunos factores tales como:

- **Servicios generales.-** La empresa será ubicada en un sector donde existe disponibilidad de todos los servicios básicos como indispensables como la energía eléctrica, agua, teléfono, alcantarillado.
- **Mano de Obra.-** El proceso de producción es sencillo por lo que explicar el procedimiento al personal no será un problema, lo que permitirá un servicio de calidad.
- **Disponibilidad de acceso para el cliente.-** Es un factor clave para la localización ya que en cierta forma tiene mucho que ver la ubicación de la empresa respecto a los consumidores, tomando en cuenta los gastos de transporte que estos deben realizar para llegar a la misma.
- **Posibilidad de eliminación o tratamientos de desechos.-** Se utilizará mecanismos adecuados para la eliminación de desechos, brindando beneficios no solo para la empresa si no para la ciudad

### GRÁFICO 32 MICRO LOCALIZACIÓN



### PONDERACIÓN FACTORES

#### TABLA DE PONDERACIÓN DE FACTORES

Esta tabla de ponderación ha sido muy necesaria utilizarla por el tamaño de la empresa y tipo de actividad con la necesidad de encontrar herramientas que permitan evaluar tanto la factibilidad de iniciar como de continuar una determinada actividad, de compararlo con otras posibilidades, y de analizar las acciones tendientes a mejorar las actividades que se están ejecutando.



**CUADRO 30**

| <b>PONDERACIÓN DE FACTORES DE LOS CANTONES DE ORELLANA</b> |                                  |                                     |                                     |                      |
|--|----------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|----------------------|
| <b>NUMERO</b>  | <b>FACTORES</b>                  | <b>A</b>                            | <b>B</b>                            | <b>C</b>             |
|  |                                  | <b>CANTÓN FRANCISCO DE ORELLANA</b> | <b>CANTÓN LA JOYA DE LOS SACHAS</b> | <b>CANTÓN LORETO</b> |
| 1  | Ubicación Geográfica Estratégica | 20                                  | 30                                  | 20                   |
| 2  | Servicios básicos                | 20                                  | 30                                  | 20                   |
| 3  | Infraestructura de acceso vías   | 10                                  | 10                                  | 10                   |
| 4  | Transporte público               | 10                                  | 10                                  | 10                   |
| 5  | El esparcimiento                 | 10                                  | 10                                  | 5                    |
| 6  | Existencia de competencia        | 5                                   | 5                                   | 5                    |
| <b>TOTAL</b>   |                                  | 75                                  | 95                                  | 70                   |

Con los resultados que hemos obtenido de la tabla de ponderaciones se ha podido considerar que el Cantón la Joya de los Sachas tiene un total de 95 puntos sobre el 100%, siendo el lugar que mayores oportunidades tiene para realizar este proyecto.

### **FUNCIONES Y OBJETIVOS DE LA TABLA DE PONDERACIONES**

- 1.- Analizar la factibilidad de un nuevo negocio o servicios.
- 2.- Monitorear los cambios que existan del servicio de catering.
- 3.- Hacer un seguimiento de la evolución de esta actividad a los efectos de monitorear sus posibilidades futuras y su comparación con otras actividades.

En cuanto a los factores a tomar en consideración debe ser la más amplia posible a los efectos de tomar al momento de la evaluación todos aquellos

que sean determinantes de la rentabilidad y riesgos.

Los factores a considerar tenemos:

**Rentabilidad.-** Podemos considerar la rentabilidad sobre la inversión o bien la rentabilidad sobre los activos totales. En el caso de analizar una actividad deberá calcularse tal rentabilidad en función de las inversiones necesarias para la realización de tales actividades.

**Ubicación.-** La localización o ubicación de la empresa en muchos casos es fundamental, sobre todo tratándose de servicios de lavado de ropa.

**Conocimientos.-** Para el profesional dentro del área de servicios, debe estar preparado y tener conocimientos sobre la atención al cliente. Además este factor tendrá un alto nivel de ponderación.

**Experiencia.-** Cualquier trabajo es fundamental la experiencia para saber de los secretos de cada tipo de actividad.

**Nivel de competencia externa.-** por la existente globalización de la economía es importante seguir muy de cerca la evolución de los competidores externos en la actividad de la empresa. Cuanto mayor sea el riesgo de un incremento de competencia foránea menor será el puntaje. Generar ventajas competitivas en materia de precios, calidad, servicios y diferenciación es una forma de contrarrestar dichas interferencias.

Para el caso de una empresa unipersonal la calificación deberá razonarla el propietario con su asesor personal o bien con el encargado de la empresa. Es fundamental que la calificación no sea individual sino conjunta, de manera tal de ver cada factor desde diferentes y variadas perspectivas.

Siempre se debe estar alerta ante factores que alteren o puedan alterar las calificaciones otorgadas a cada factor. La calificación en si es el razonar la manera en que la empresa se ve favorecida o desfavorecida ante los cambios y de qué forma podemos mejorar la posición y ventaja competitiva de la empresa.

En lo que hace al puntaje concreto a aplicar va de:

**Uno:** Para una situación muy mala. Ejemplo: Actividad Fábrica de Juguetes.

Tres: Factor Competencia Externa.

**Cinco:** Para una situación mala.

**Diez:** Para una posición regular.

**Veinte:** Valido para una buena situación.

**Treinta:** Correspondiente a una situación o posición muy buena.

## **INGENIERÍA DEL PROYECTO**

En la ingeniería del proyecto se debe seleccionar la tecnología más adecuada para llevar los procesos más adecuados para distribución de la planta estos se utilizarán para poder brindar la Prestación de Servicios de Catering para el Cantón la Joya de los Sachas basándonos en el diseño de la planta o instalaciones su distribución con sus respectivo mobiliario, equipo, mano de obra, personal administrativo, equipos y materiales de oficina, etc y con las diferentes políticas diseñadas.

Con el diseño de la Empresa se logrará definir cada área de la empresa, la misma que contará con servicio cliente, secretaría, contadora, gerente entre otros.

### **Requerimiento de Recursos Humanos**

En este punto seleccionamos el personal necesario para el funcionamiento de la empresa y con la finalidad aportar y conjugar los elementos necesarios para crear un buen clima laboral y cuente con todos los recursos humanos satisfechos y calificados que brinden calidad humana y eficiencia en los servicios a diferentes clientes, para que la empresa dedicada al Servicio de Catering cuente con el personal indicado en cada una de sus áreas en el momento que es necesario.

#### **Personal Administrativo**

- ✓ Gerente
- ✓ Administrador
- ✓ Secretaría

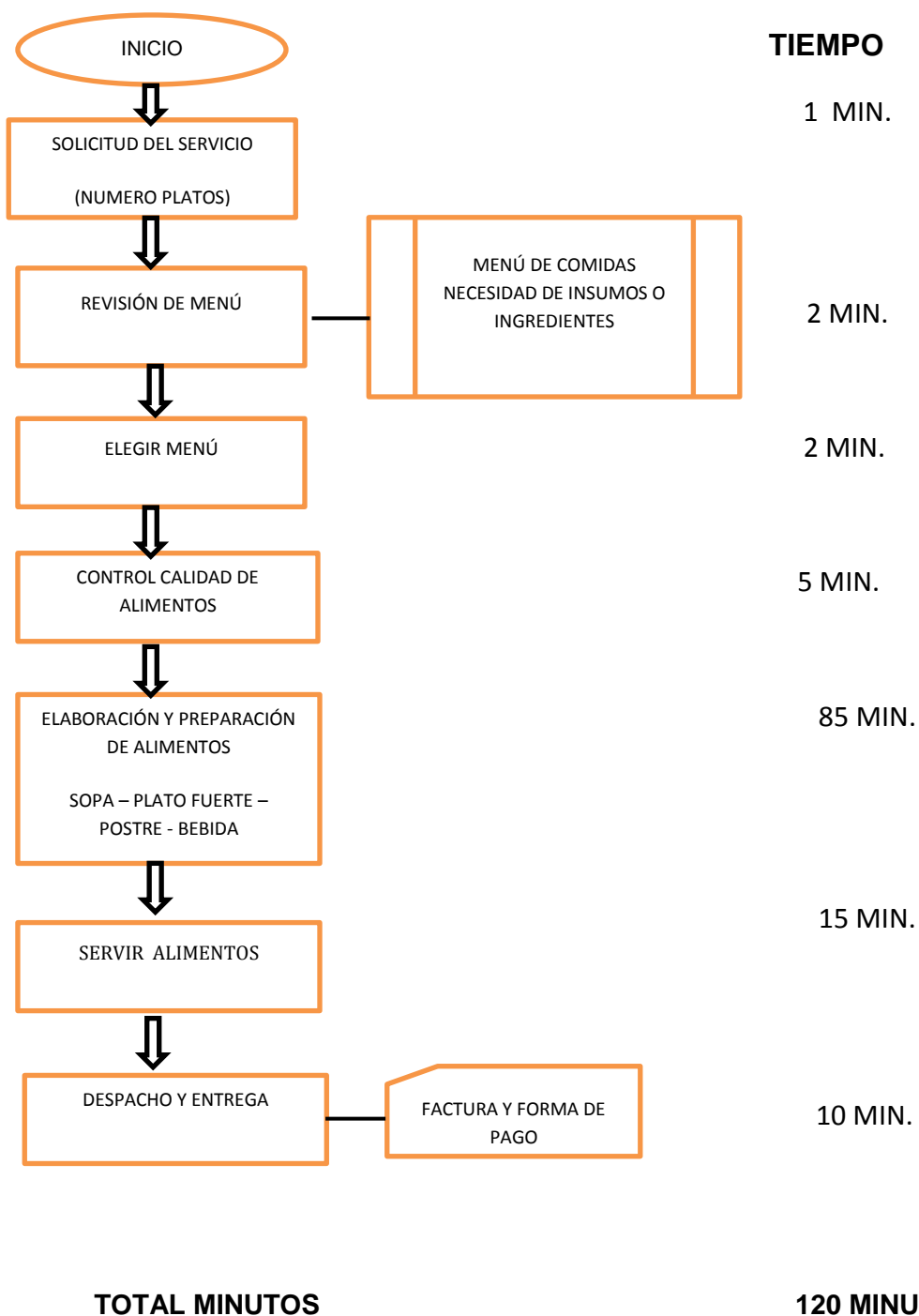
#### **Equipo de Oficina**

- ✓ Computadora
- ✓ Impresora
- ✓ Teléfono
- ✓ Archivador
- ✓ Mueble de escritorio
- ✓ Vitrina exhibidoras

#### **Suministros de Oficina**

- ✓ Resmas de papel bond
- ✓ Lápices
- ✓ Esferos
- ✓ Tijeras
- ✓ Calculadora
- ✓ Borrador

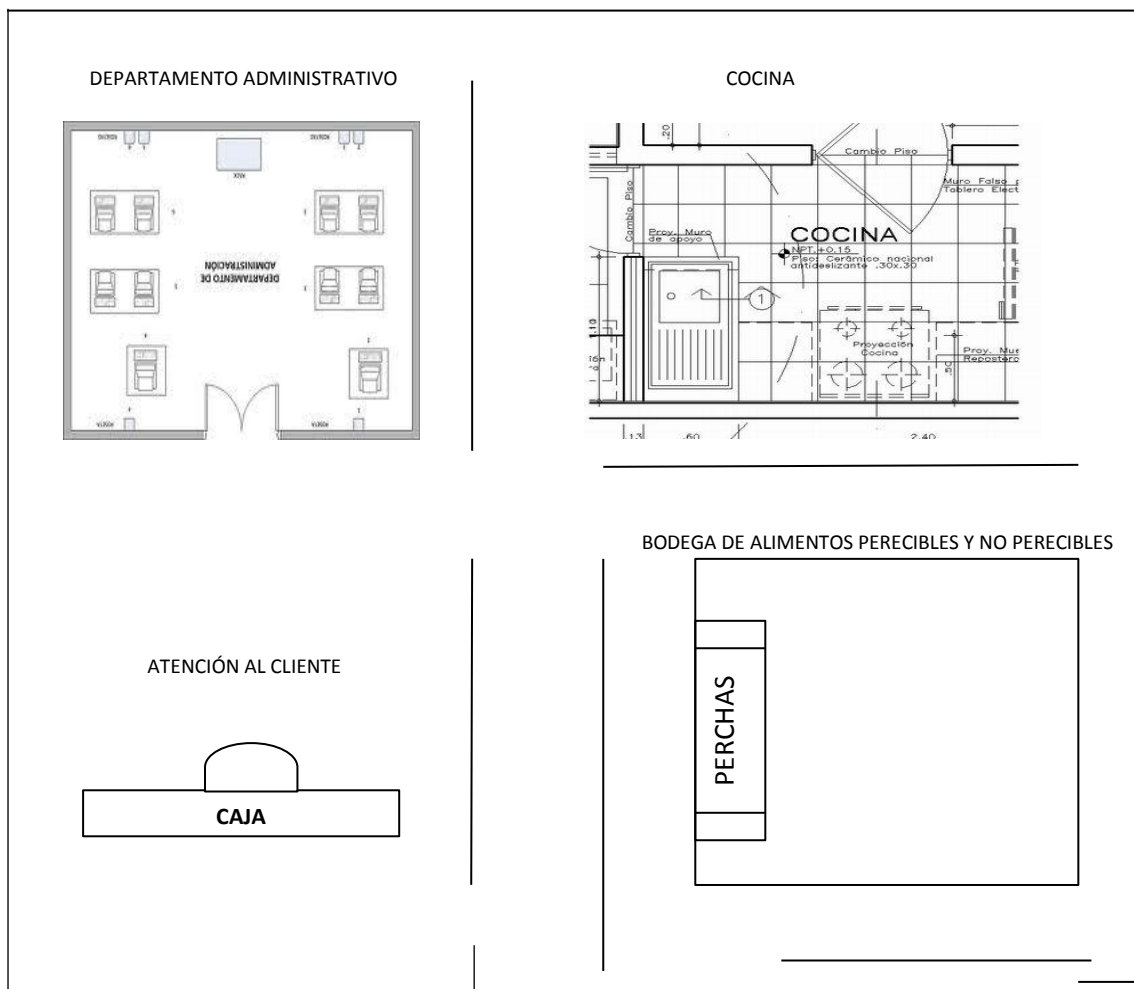
## FLUJO GRAMA DE PROCESO PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE CATERING PARA LA ELABORACIÓN DE 40 ALMUERZOS



## PROCESO DE LA EMPRESA DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE CATERING

1. **Solicitud de Servicio.** Primero se toma la solicitud del servicio especificando el número de platos requeridos por el cliente en 5 minutos
2. **Definición de Menú:** Se define que menú se realizará para saber que insumos se requiere para los platos esto en un tiempo de 15 minutos.
3. **Compra Insumos.** Se realiza la compra de insumos necesarios, eligiendo que siempre sean frescos en un tiempo de 15 minutos.
4. **Control Calidad.** Se realiza un control de calidad rápido de calidad de insumos como fechas de expiración 5 minutos
5. **Preparación:** Se procede a preparar los alimentos para cocerlos cada uno con sumo cuidado ocupando el tiempo necesario para la sopa, el plato fuerte, bebida, postre nos ocupa tiempo de 95 minutos.
6. **Servicio o Embalaje:** Se sirven los alimentos con sumo cuidado en cada recipiente o plato de acuerdo como el cliente lo sugiera en 15 minutos.
7. **Despacho y Entrega:** Se procede a realizar la entrega del menú procurando lo más pronto posible para que no se enfrié el plato y se realiza la respectiva factura. 10 minutos.

## GRÁFICO 33 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA



### EQUIPAMIENTO DE LA PLANTA

Para que la planta funcione adecuadamente se determinan los equipos y maquinaria necesaria para la preparación de alimentos.

**Cocina Industrial cuatro quemadores y horno 1 unidad.**



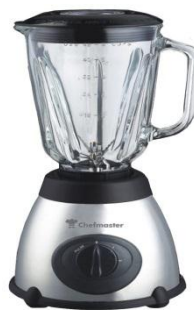
**Batidora 1 unidad**



**Extractor jugo 1 unidad**



**Licuada**



**Refrigerado – Congelador 1 unidad**





**Juego de cuchillos****Juego Bandejas 3 juegos****Juego de Ollas varias medidas 4 Juegos****Juego sartenes****Pica todo**

## Vasos



## Vajilla



## Vajilla desechable



## ESTUDIO ORGANIZACIONAL

### Estudio Administrativo.

En el estudio Administrativo Organizacional se da a conocer los aspectos organizativos y legales de la empresa acorde con los requerimientos que necesita o sean necesarios que permitirán la implementación y funcionamiento de la misma, es decir aquí se determina la constitución legal de la empresa permitiendo coordinar y controlar por alguna instancia en el

estudio del proyecto la estructura orgánica, la departamentalización, los cargos las funciones.

### **Organización Legal**

En la organización jurídica se ha previsto implementar una compañía de responsabilidad limitada correspondiente al artículo 92 de la Ley de Compañías, en la cual dice: La Compañía de Responsabilidad Limitada, es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales, hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras “COMPAÑÍA LIMITADA” o su correspondiente abreviatura:

Para poder conformar esta compañía se requiere de los siguientes requisitos establecidos por la ley.

- ✚ Acta constitutiva.
- ✚ Razón Social de la empresa “PACHAMAMA COCINA CRATIVA CIA. LTDA.”
- ✚ Domicilio: En la Ciudad de Joya de los Tsachas
- ✚ Capital social. Por determinarse
- ✚ Tiempo de Duración: Tres años

**Objeto Social.** La Empresa PACHAMAMÁ COCINA CREATIVA CÍA. LTDA. Tiene como objeto social la prestación de servicios de catering elaboración de comidas para banquetes, aniversarios, fiestas, y organización de eventos

sociales en la Ciudad de la Joya de los Sachas Provincia de Orellana.

## **MINUTA DE CONSTITUCIÓN**

### **Señor Notario:**

Sírvase Insertar una constitución de la compañía de responsabilidad limitada, las cláusulas siguientes:

**Primera.- COMPARECIENTES Y DECLARACIÓN DE VOLUNTAD. -** Intervienen en la celebración de este contrato, Sra. Blanca Morocho la compareciente manifiesta ser ecuatoriana, mayor de edad, casada, domiciliadas en esta ciudad; y, declaran su voluntad de constituir, como en efecto constituyen, la compañía de responsabilidad limitada PACHAMAMA COCINA CREATIVA CÍA. LTDA CÍA. LTDA.” la misma que se regirá por las leyes ecuatorianas; de manera especial, por la Ley de Compañías, sus reglamentos y los siguientes estatutos.

**SEGUNDA.- ESTATUTOS DE LA EMPRESA “PACHAMAMA COCINA CREATIVA CÍA. LTDA.”.**

### **CAPITULO PRIMERO**

**DENOMINACIÓN. NACIONALIDAD, DOMICILIO, FINALIDADES Y PLAZO DE DURACIÓN**

**Artículo uno.-** Constituyese En la Ciudad la *Joya de los Sachas Provincia de Orellana* República del Ecuador, de nacionalidad ecuatoriana, la compañía de

responsabilidad limitada PACHAMAMA COCINA CREATIVA CÍA. LTDA.

**Artículo dos.-** La compañía tiene por objeto y finalidad prestación de servicios de catering elaboración de comidas para banquetes, aniversarios, fiestas, y organización de eventos sociales, y cualquier otra actividad a fin con la expresada.

**Artículo tres.-** La compañía podrá solicitar préstamos internos o externos para el mejor cumplimiento de su finalidad.

**Artículo cuatro.-** El plazo de duración del contrato social de la compañía es de tres años, a contarse de la fecha de Inscripción en el Registro Mercantil del domicilio principal de la compañía; puede prorrogarse por resolución de la junta general de socios, la que será convocada expresamente para deliberar sobre el particular. La compañía podrá disolverse antes, si así lo resolviere la Junta General de Socios en la forma prevista en estos estatutos y en la Ley de Compañías.

## **CAPITULO SEGUNDO**

DEL CAPITAL SOCIAL, DE LAS PARTICIPACIONES Y DE LA RESERVA  
LEGAL

**Artículo cinco.-** El capital social de la compañía es de cuatrocientos dólares, dividido en trescientas participaciones de un dólares cada una, que estarán representadas por el certificado de aportación correspondiente de conformidad con la ley y estos estatutos, certificado que será firmado por el

presidente y gerente de la compañía. El capital está íntegramente suscrito y pagado en numerarlo en la forma y proporción que se especifica en las declaraciones.

**Artículo seis.-** La compañía puede aumentar el capital social, por resolución de la Junta general de socios, con el consentimiento de las dos terceras partes del capital social, en la forma prevista en la Ley y, en tal caso los socios tendrán derecho preferente para suscribir el aumento en proporción a sus aportes sociales, salvo resolución en contrario de la Junta general de socios.

**Artículo siete.-** El aumento de capital se lo hará estableciendo nuevas participaciones y su pago se lo efectuará: en numerario, en especie, por compensación de créditos, por capitalización de reservas y/o proveniente de la revalorización pertinente y por los demás medios previstos en la ley.

**Artículo ocho.-** La compañía entregará a cada socio el certificado de aportaciones que le corresponde; dicho certificado de aportación se extenderá en libre tiñes acompañados de talonarios y en los mismos se hará constar la denominación de la compañía, el capital suscrito y el capital pagado, número y valor del certificado, nombres y apellidos del socio propietario, domicilio de la compañía, fecha de la escritura de constitución, notaría en la que se otorgó, fecha y número de inscripción en el Registro Mercantil, fecha y lugar de expedición, la constancia de no ser negociable, la firma y rúbrica del presidente y gerente de la compañía. Los certificados

serán registrados e inscritos en el libro de socios y participaciones; y para constancia de su recepción se suscribirán los talonarios.

**Artículo nueve.-** Todas las participaciones son de igual calidad, los socios fundadores no se reservan beneficio especial alguno.

**Artículo diez.-** Las participaciones de esta compañía podrán transferirse por acto entre vivos, requiriéndose para ello: el consentimiento unánime del capital social, que la cesión se celebre por escritura pública y que se observe las pertinentes disposiciones de la ley. Los socios tienen derecho preferente para adquirir estas participaciones a prorrata de las suyas, salvo resolución en contrario de la Junta general de socios. En caso de cesión de participaciones, se anulará el certificado original y se extenderá uno nuevo. La compañía formará forzosamente un fondo de reserva por lo menos igual al veinte por ciento del capital social, segregando anualmente el cinco por ciento de las utilidades liquidadas y realizadas.

**Artículo once.-** En las Juntas generales para efectos de votación cada participación dará al socio el derecho a un voto.

### **CAPITULO TERCERO**

DE LOS SOCIOS. DE SUS DEBERES, ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES

**Artículo doce.-** Son obligaciones de los socios: Las que señala la Ley de Compañías:

Cumplir con las funciones, actividades y deberes que les asigne la Junta general de socios, el presidente y el gerente; Cumplir con las aportaciones suplementarias en proporción a las participaciones que tuviere en la compañía cuando y en la forma que decida la Junta general de socios; y las demás que señalen estos estatutos.

**Artículo trece.-** Los socios de la compañía tienen los siguientes derechos y atribuciones:

Intervenir con voz y voto en las sesiones de Junta general de socios, personalmente o mediante mandato a otro socio o extraño, con poder notarial o carta poder. Se requiere de carta poder para cada sesión y, el poder a un extraño será necesariamente notarial. Por cada participación el socio tendrá derecho a un voto;

Elegir y ser elegido para los órganos de administración;

A percibir las utilidades y beneficios a prorrata de las participaciones, lo mismo respecto del acervo social de producirse la liquidación de la compañía:

Los demás previstos en la ley y en estos estatutos.

**Artículo catorce.-** La responsabilidad de los socios de la compañía, por las obligaciones sociales, se limita únicamente al monto de sus aportaciones Individuales a la compañía, salvo las excepciones de ley.



## **CAPITULO CUARTO**

### **DEL GOBIERNO Y LA ADMINISTRACIÓN**

**Artículo quince.-** El gobierno y la administración de la compañía se ejerce por medio de los siguientes órganos: La Junta general de socios, el presidente y el gerente.

**Artículo dieciséis.-** De la junta general de socios.- La junta general de socios es el órgano supremo de la compañía y está integrada por los socios legalmente convocados y reunidos en el número suficiente para formar quórum.

**Artículo diecisiete.-** Las sesiones de junta general de socios son ordinarias y extraordinarias, y se reunirán en el domicilio principal de la compañía para su validez. Podrá la compañía celebrar sesiones de Junta general de socios en la modalidad de junta universal, esto es, que la junta puede constituirse en cualquier tiempo y en cualquier lugar dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto, siempre que esté presente todo el capital, y los asistentes quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad acepten por unanimidad la celebración de la junta y los asuntos a tratarse, entendiéndose así, legalmente convocada y válidamente constituida.

**Artículo dieciocho.-** Las Juntas generales se reunirán por lo menos una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico, y las extraordinarias en cualquier tiempo que fueren

convocadas. En las sesiones de Junta general, tanto ordinarias como extraordinarias, se tratarán únicamente los asuntos puntualizados en la convocatoria, en caso contrario las resoluciones serán nulas.

**Artículo diecinueve.-** Las juntas ordinarias y extraordinarias serán convocadas por el presidente de la compañía, por escrito y personalmente a cada uno de los socios, con ocho días de anticipación por lo menos al señalado para la sesión de Junta general. La convocatoria indicará el lugar, local, fecha, el orden del día y objeto de la sesión.

**Artículo veinte.-** El quórum para las sesiones de Junta general de socios, en la primera convocatoria será de más de la mitad del capital social y. en la segunda se podrá sesionar con el número de socios presentes, lo que se indicará en la convocatoria. La sesión no podrá instalarse, ni continuar válidamente sin el quórum establecido.

**Artículo veintiuno.-** Las resoluciones se tomarán por mayoría absoluta de votos del capital social concurrente a la sesión, con las excepciones que señalan estos estatutos y la Ley de Compañías. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.

**Artículo veintidós.-** Las resoluciones de la Junta general de socios tomadas con arreglo a la ley y a estos estatutos y sus reglamentos, obligarán a todos los socios, hayan o no concurrido a la sesión, hayan o no contribuido con su voto y estuvieren o no de acuerdo con dichas resoluciones.

**Artículo veintitrés.-** Las sesiones de junta general de socios, serán presididas por el presidente de la compañía y, a su falta, por la persona designada en cada caso, de entre los socios: actuará de secretario el gerente o el socio que en su falta la Junta elija en cada caso.

**Artículo veinticuatro.-** Las actas de las sesiones de junta general de socios se llevarán a máquina, en hojas debidamente foliadas y escritas en el anverso y reverso, las que llevarán la firma del presidente y secretario. De cada sesión de junta se formará un expediente que contendrá la copia del acta, los documentos que justifiquen que la convocatoria ha sido hecha legalmente, así como todos los documentos que hubieren sido conocidos por la Junta.

**Artículo veinticinco.-** Son atribuciones privativas de la junta general de socios:

Resolver sobre el aumento o disminución de capital, fusión o transformación de la compañía, sobre la disolución anticipada, la prórroga del plazo de duración: y, en general resolver cualquier reforma al contrato constitutivo y a estos estatutos:

Nombrar al presidente y al gerente de la compañía, señalándoles su remuneración y, removerlos por causas justificadas o a la culminación del periodo para el cual fueron elegidos;

Conocer y resolver sobre las cuentas, balances, inventarlos e Informes que presenten los administradores;

Resolver sobre la forma de reparto de utilidades;

Resolver sobre la formación de fondos de reserva especiales o extraordinarios:

Acordar la exclusión de socios de acuerdo con las causas establecidas en la ley:

Resolver cualquier asunto que no sea competencia privativa del presidente o del gerente y dictar las medidas conducentes a la buena marcha de la compañía;

Interpretar con el carácter de obligatorio los casos de duda que se presenten sobre las disposiciones del estatuto:

Acordar la venta o gravamen de los bienes Inmuebles de la compañía;

Aprobar los reglamentos de la compañía:

Aprobar el presupuesto de la compañía;

Resolver la creación o supresión de sucursales, agencias, representaciones, establecimientos y oficinas de la compañía:

Las demás que señalen la Ley de Compañías y estos estatutos.

**Artículo veintiséis.-** Las resoluciones de la Junta general de socios son obligatorias desde el momento en que son tomadas válidamente.

**Artículo veintisiete.-** Del Presidente.- El presidente será nombrado por la junta general de socios y durará dos años en el ejercicio de su cargo, pudiendo ser indefinidamente reelegido. Puede ser socio o no.

**Artículo veintiocho.-** Son deberes y atribuciones del presidente de la compañía:

Supervisar la marcha general de la compañía y el desempeño de los servidores de la misma e Informar de estos particulares a la junta general de socios:

Convocar y presidir las sesiones de junta general de socios y suscribir las actas.

Velar por el cumplimiento de los objetivos de la compañía y por la aplicación de sus políticas.

Reemplazar al gerente, por falta o ausencia temporal o definitiva, con todas las atribuciones, conservando las propias mientras dure su ausencia o hasta que la Junta general de socios designe un reemplazo y se haya inscrito su nombramiento y, aunque no se le hubiere encargado la función por escrito;

Firmar el nombramiento del gerente y conferir certificaciones sobre el mismo;

Las demás que le señalan la Ley de Compañías, estos estatutos, reglamentos de la compañía y la junta general de socios.

**Artículo veintinueve.- DEL GERENTE.-** El gerente será nombrado por la Junta general de socios y durará dos años en su cargo, pudiendo ser reelegido en forma indefinida. Puede ser socio o no.

**Artículo treinta.-** Son deberes y atribuciones del gerente de la compañía:

Representar legalmente a la compañía en forma Judicial y extrajudicial;

Conducir la gestión de los negocios y la marcha administrativa de la compañía;

Dirigir la gestión económica financiera de la compañía;

Gestionar, planificar, coordinar y ejecutar las actividades de la compañía;

Realizar pagos por conceptos de gastos administrativos;

Realizar Inversiones y adquisiciones hasta por la suma de veinte salarios mínimos vitales, sin necesidad de firma conjunta con el presidente. Las adquisiciones que pasen de veinte salarios mínimos vitales, las hará conjuntamente con el presidente, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo doce de la Ley de Compañías;

Suscribir el nombramiento del presidente y conferir copias y certificaciones sobre el mismo;

Inscribir su nombramiento con la razón de su aceptación en el Registro Mercantil;

Llevar los libros de actas y expedientes de cada sesión de junta general;

Manejar las cuentas bancarias según sus atribuciones:

Presentar a la Junta general de socios un informe sobre la marcha de la compañía, el balance y la cuenta de pérdidas y ganancias, así como la fórmula de distribución de beneficios según la ley, dentro de los sesenta días siguientes al cierre del ejercicio económico:

Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la junta general de socios;

Ejercer y cumplir las demás atribuciones, deberes y responsabilidades que establece la ley, estos estatutos, los reglamentos de la compañía y las que señale la Junta general de socios.

## **CAPÍTULO QUINTO**

### **DE LA DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA COMPAÑÍA**

**Artículo treinta y uno.-** La disolución y liquidación de la compañía se regula por las disposiciones pertinentes de la Ley de Compañías, especialmente por lo establecido en la sección once; así como por el Reglamento pertinente y lo previsto en estos estatutos.

**Artículo treinta y dos.-** No se disolverá la compañía por muerte, interdicción o quiebra de uno o más de sus socios.

DECLARACIONES.- El capital con el que se constituye la compañía CATERING PACHAMAMA CÍA. LTDA.\* ha sido suscrito y pagado en su totalidad en la siguiente forma: la Señora Blanca Morocho doscientas participaciones, de un dólar cada una, con un valor total de doscientos dólares; la Sra. Judith Abad doscientas participaciones, un dólar cada una, con un valor, con un valor total de doscientos dólares; TOTAL: CUATROCIENTAS participaciones de un dólar cada una, que dan un total de CUATROCIENTAS PARTICIPACIONES DE UN DÓLAR; valor que ha sido depositado en dinero en efectivo en la cuenta «Integración de Capital», en el Banco de Pichincha, cuyo certificado se agrega a la presente escritura como documento habilitante. Los socios de la compañía por unanimidad nombran al señor Enrique Peña para que se encargue de los trámites pertinentes, encaminados a la aprobación de la escritura constitutiva de la compañía, su inscripción en el Registro Mercantil y convocatoria a la primera junta general de socios, en la que se designarán presidente y gerente de la compañía.

Hasta aquí la minuta. Usted señor Notario se sírvase agregar las cláusulas de estilo para su validez.

Dr. Ab. Enrique Peña

Abogado, Matrícula LCE - 102

Sra. Blanca Morocho

Sra. Judith Abad

C.C: 1700217834

C.C: 1721094389



## **ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA**

En esta etapa de operación es importante que la Empresa PACHAMAMA COCINA CREATIVA CÍA LTDA. Tenga una adecuada organización que facilite la asignación de funciones y responsabilidades al talento humano que conformará la misma, de tal forma que se logre la eficiencia, calidez en el desempeño de cada una de las actividades.

### **NIVELES JERÁRQUICOS**

Es indispensable determinar un modelo de estructura administrativa, que identifique los niveles que tienen a su cargo la administración legislativa, ejecutiva, asesor, operativa y de apoyo.

#### **a) Nivel Legislativo**

Representa el primer nivel jerárquico y está integrado por los dueños de la empresa, que tomarán el nombre de Junta General de Accionistas y está representado por el Presidente, su función es la de legislar sobre la política que debe seguir la organización, normar los procedimientos, dictar los reglamentos, resoluciones, etc. y decidir sobre los aspectos de mayor importancia.

#### **b) Nivel Directivo**

Constituye el segundo grado de autoridad, está conformado por el Gerente – Administrador que es nombrado por la Junta General Accionista, se encarga

de ejecutar las políticas dictaminadas por el nivel legislativo. Su función es Planear, orientar y dirigir la marcha administrativa e interpretar planes, programas y más directivas técnicas y administrativas de alto nivel y los trámites a los órganos operativos y auxiliares para su ejecución.

**c) Nivel Asesor**

La empresa contará con servicios temporales de un Abogado, para orientar las situaciones de carácter laboral y judicial. Este nivel no tiene autoridad de mando.

**d) Nivel Auxiliar o de Apoyo**

Este nivel ayuda a los otros niveles administrativos en la prestación de servicios con oportunidad y eficiencia.

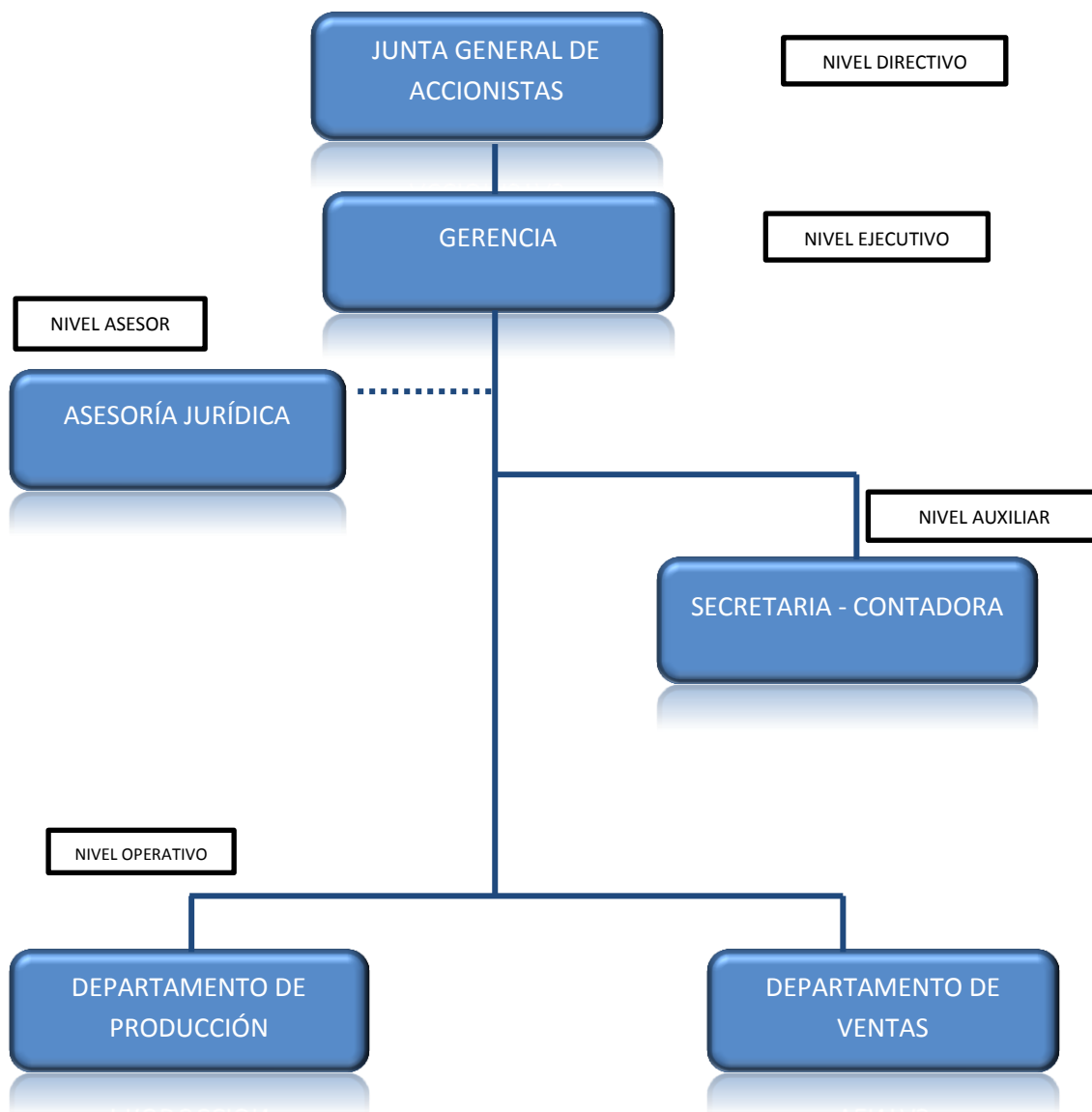
**e) Nivel Operativo**

Corresponde a todos los obreros que apoyarán en el proceso de producción de la empresa. Es quien ejecuta materialmente las órdenes emanadas por los órganos legislativo y directivo.

## **ORGANIGRAMAS**

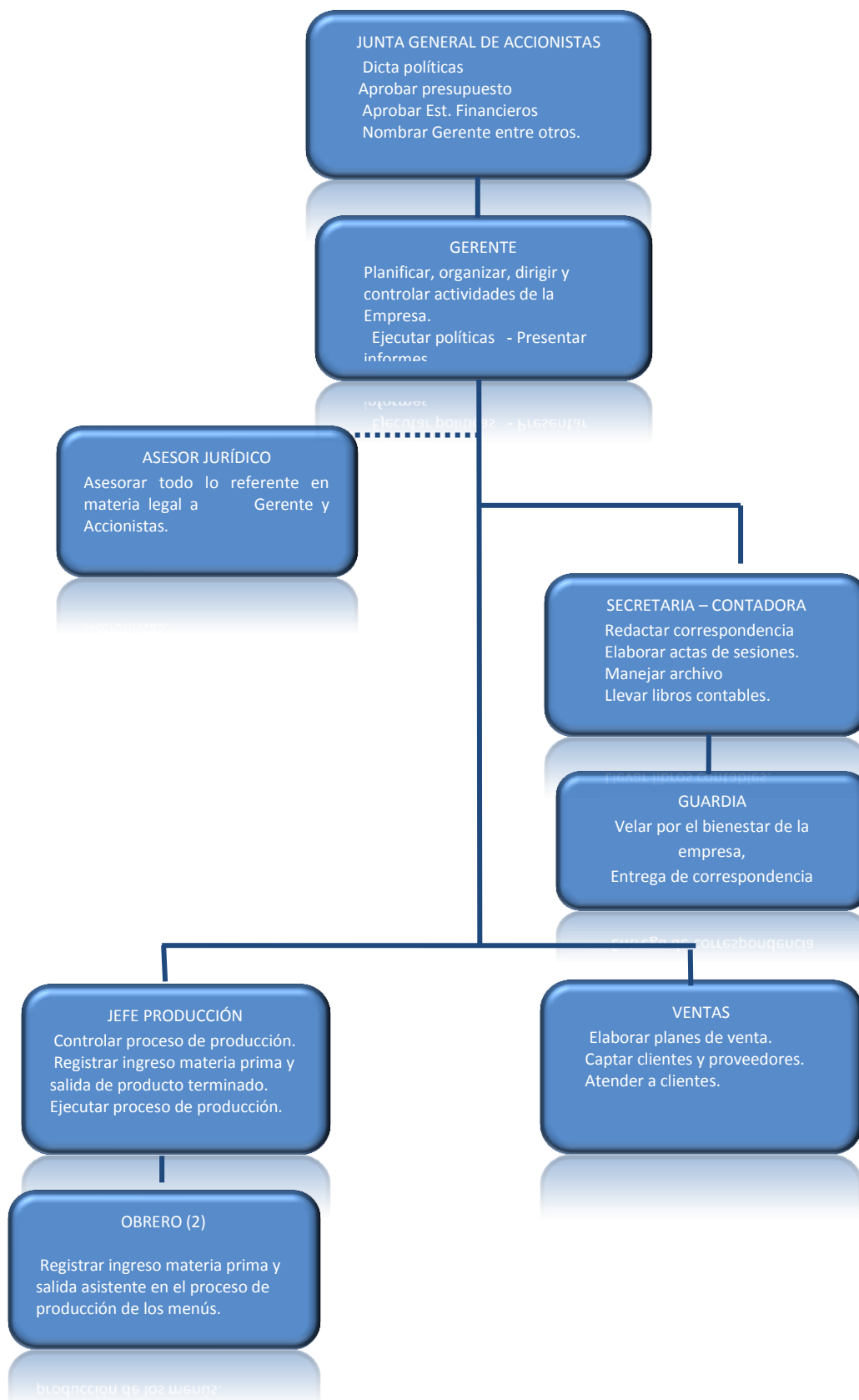
Las relaciones de autoridad y responsabilidad, que tendrá la empresa se representan a través del organigrama estructural y funcional, de la siguiente manera:

**GRÁFICO 34**  
**ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA PACHAMAMA**  
**COCINA CREATIVA CÍA. LTDA.**

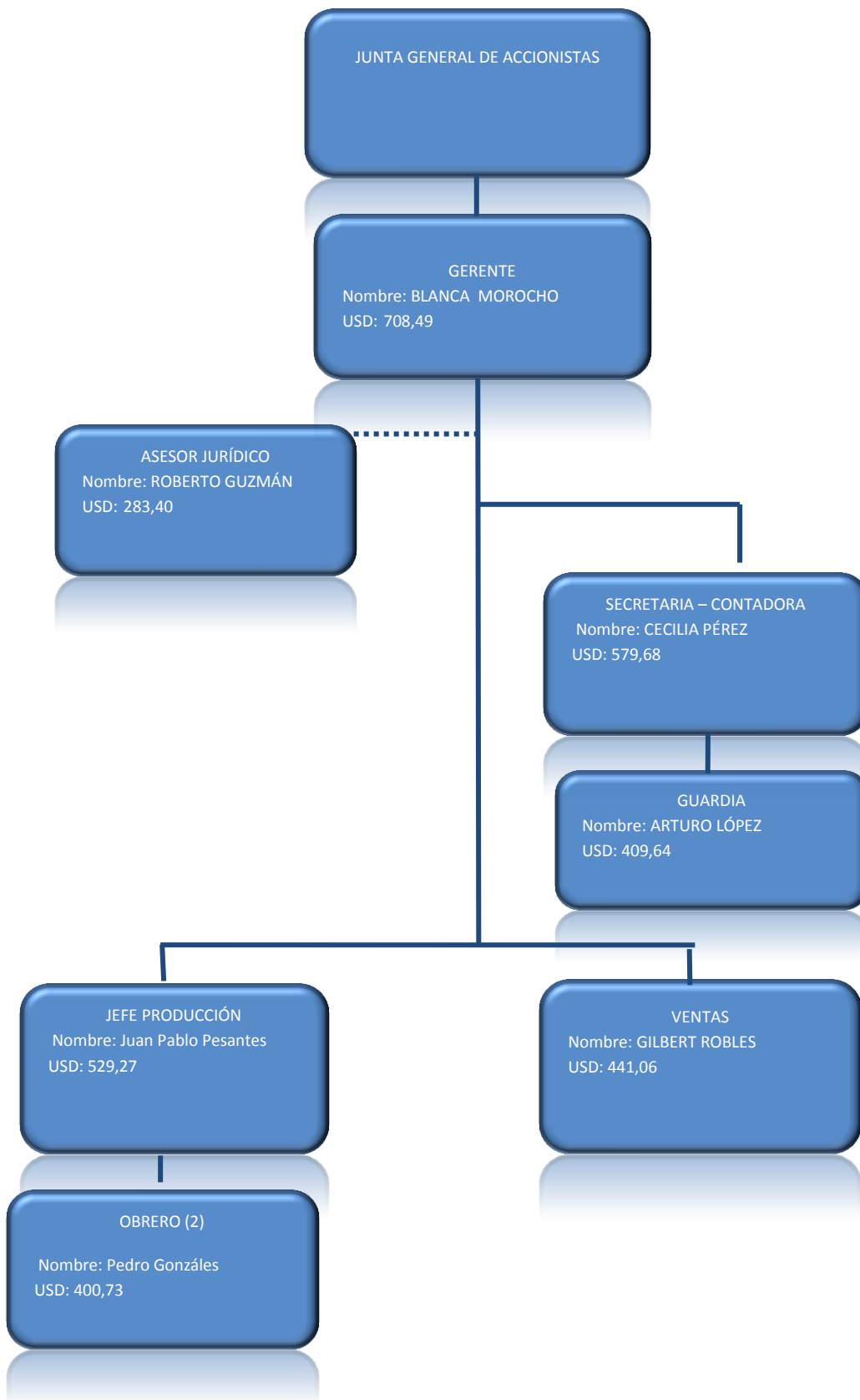


### GRÁFICO 35

## ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA PACHAMAMA COCINA CREATIVA CÍA. LTDA



**GRÁFICO 36**  
**ORGANIGRAMA POSICIONAL DE**  
**LA EMPRESA PACHAMAMA COCINA CREATIVA CÍA. LTDA**



**MANUAL DE FUNCIONES****CÓDIGO: 01****TÍTULO DEL PUESTO: Gerente****NATURALEZA DEL TRABAJO:** Planear, organizar, dirigir y controlar las actividades de la empresa.**TAREAS TÍPICAS:**

- Ejercer la representación legal de la empresa (judicial y extrajudicial).
- Administrar y gestionar los recursos materiales, económicos, humanos y tecnológicos de la organización.
- Presentar informes económicos, financiero y administrativos al nivel superior (Junta General de Accionistas).
- Ejecutar los planes de acción trazados y disposiciones de la Junta General Accionistas.
- Controlar la ejecución de los planes, evaluar sus resultados para tomar acciones correctivas.
- Reclutar al recurso humano con idoneidad para la nómina de la empresa.
- Diseñar estrategias para la promoción y publicidad, así como de comercialización del producto.
- Contratar personal

**CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:** El puesto requiere don de mando, liderazgo, responsabilidad económica y financiera, trabajo bajo presión, cumplimiento de metas, nivel de gestión óptimo.**REQUISITOS MÍNIMOS:**

- Instrucción Formal: Superior
- Título: Ingeniero Comercial
- Experiencia: Un año en actividades afines
- Capacitación: Cursos en liderazgo, alta gerencia, manejo de paquetes informáticos

**CÓDIGO: 02**

**TÍTULO DEL PUESTO: Asesor Jurídico**

**NATURALEZA DEL TRABAJO:** Asesorar sobre aspectos legales que incumben a la empresa.

**TAREAS TÍPICAS:**

- Asesorar a los accionistas y funcionarios de la empresa en los aspectos jurídicos y de carácter laboral.
- Representar a la empresa en aspectos legales
- Elaborar contratos de trabajo.
- Actuar como secretario en las reuniones convocadas por la Junta General Accionistas.
- Elaborar documentos de acuerdo y compromiso con el recurso humano que comercializa el producto a través de catálogos.
- Las demás que por disposición superior le sean requeridas.
- Elaborar reglamentos de trabajo
- Efectuar trámites legales

**CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:** Ética profesional, su participación es eventual, recomienda toma de acciones, no tiene poder de decisión.

**REQUISITOS MÍNIMOS:**

- Instrucción Formal: Superior
- Título: Abogado de los Tribunales de Justicia
- Experiencia: Dos años en funciones similares
- Capacitación: Manejo de informática básica.

**CÓDIGO: 03**

**TÍTULO DEL PUESTO: Secretaria - Contadora**

**NATURALEZA DEL TRABAJO:** Realizar labores de redacción de documentos, archivos de correspondencia y atención al público.

**TAREAS TÍPICAS:**

- Atender al público.
- Brindar información a los clientes.
- Redactar oficios, memorando y circulares internas.
- Elaborar actas de reuniones de trabajo del personal de la empresa.
- Manipular archivo.
- Administrar de Caja Chica.
- Elaborar roles de pago.
- Elabora órdenes de compra y pago a proveedores.
- Archivar, mantener y custodia de los contables diarios.
- Elaborar planillas IESS, SRI

**CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:** Eficiencia, responsabilidad, lealtad y reserva sobre los asuntos internos de la organización, cumplir disposiciones del nivel superior.

**REQUISITOS MÍNIMOS:**

- Instrucción Formal: Media
- Título: Bachiller en Secretariado.
- Experiencia: Un año en funciones similares
- Capacitación: Manejo programas informáticos básicos, Técnicas de Redacción Comercial, Curso de relaciones humanas.



**CÓDIGO: 04**

**TÍTULO DEL PUESTO: Jefe de Producción**

**NATURALEZA DEL TRABAJO:** Dirigir y organizar las labores de producción y mantenimiento de equipo de la empresa.

**TAREAS TÍPICAS:**

- Cumplir disposiciones del nivel superior.
- Receptar la materia prima y los insumos que ingresan para su transformación.
- Realizar el control de calidad durante el proceso de producción.
- Elaborar notas de pedido de materia prima.
- Elaborar informes de materia prima
- Realizar control de inventarios de materia prima
- Asesorar en aspectos de compra de maquinaria y equipos de producción
- Las demás que por disposición superior le sean requeridas.

**CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:** Actitud positiva, iniciativa, responsabilidad y ética profesional.

**REQUISITOS MÍNIMOS:**

- Instrucción Formal: Superior
- Título: Ingeniero en Industrias
- Experiencia: Dos años en funciones similares
- Capacitación: Manejo de programas informáticos para producción industrial, cursos de relaciones humanas.

**CÓDIGO: 05**

**TITULO DEL PUESTO: Obrero**

**NATURALEZA DEL TRABAJO:**

Implica trabajo directo con el proceso de elaboración de menús establecidos en todos sus procesos.

**ACTIVIDADES DEL PUESTO:**

- Asistir en lo que el chef solicite.
- Ayudar en la preparación de los alimentos.
- Lavador utensilios
- Asear la cocina
- Servir los alimentos
- Limpiar el lugar de trabajo
- Realizar tareas de mantenimiento del lugar de trabajo
- Las demás que por disposición superior le sean requeridas.

**CARACTERÍSTICAS DE CLASE HABILIDADES**

- Tener conocimientos en lavado de ropa.
- Conocimientos en manejo de lavadoras y secadoras.

**DESTREZAS**

- Ser responsable
- Ser amable
- Tener carácter activo y colaborador

**REQUISITOS:**

- Título Bachiller

**EXPERIENCIA**

- Mínimo un año de experiencia

**CÓDIGO: 06**

**TÍTULO DEL PUESTO: Vendedor – Atención Clientes**

**NATURALEZA DEL TRABAJO:** Recibe Clientes, capta pedidos.

**ACTIVIDADES DEL PUESTO:**

- Atender a los clientes y brindar un buen servicio.
- Dar a conocer del producto y precio.
- Incrementar las compras de los clientes actuales.
- Conocer los productos de su empresa.
- Formarse constantemente en las técnicas necesarias para su labor.
- Administrar eficientemente su cartera de clientes.
- Informar si existe alguna queja o sugerencia a su nivel superior.
- Realizar informes sobre los clientes para la gerencia

**CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:** Eficiencia, responsabilidad, puntualidad, lealtad y reserva sobre los asuntos internos de la empresa, cumplir disposiciones del nivel superior.

**DESTREZAS**

- Ser responsable en el cumplimiento de sus funciones.
- Tener carácter activo y colaborador y buenas relaciones humanas.
- Tener buena presencia.

**REQUISITOS MÍNIMOS:**

- Instrucción Formal: Media
- Título: Bachiller( que se relacione en las actividades de venta)
- Experiencia: Un año en funciones similares
- Capacitación: Manejo programas informáticos básicos, Técnicas de Redacción Comercial, Curso de relaciones humanas.

**CÓDIGO: 07**

**TÍTULO DEL PUESTO: Guardia**

**NIVEL:** Seguridad

**NATURALEZA DEL TRABAJO:**

- Vigilancia permanente de las instalaciones de la hostería, proteger la propiedad de la hostería, a los huéspedes y empleados.

**ACTIVIDADES DEL PUESTO**

- Mantiene el orden, y cuida la seguridad del lugar de trabajo
- Vigilar la puerta de entrada, salida y los vehículos del parqueo.
- Controla la entrada y salida de los clientes.
- Dar seguridad al personal que labora en la empresa
- Mantener informado a los mandos superiores de cualquier acto sospechoso
- Inspeccionar las instalaciones de la empresa
- Resguardar al personal que realice transacciones económicas de la empresa
- Las demás que por disposición superior le sean requeridas

**CARACTERÍSTICAS DE CLASE HABILIDADES**

- Tener conocimientos de defensa personal y manejo de armas de fuego.
- Saber cómo Efectuar controles de identidad, en caso de encontrar algo irregular informar a las fuerzas y cuerpos de seguridad.

**DESTREZAS**

- Ser responsable en el cumplimiento de sus funciones.
- Tener carácter activo y colaborador y buenas relaciones humanas.
- Tener buena presencia.

**REQUISITOS:**

- Bachiller.
- Edad entre los 20 hasta los 35 años como máximo.
- Record Policial

**EXPERIENCIA**

- Mínimo un año en seguridad
- Educación media

## **ESTUDIO FINANCIERO**

Mediante el estudio financiero se podrá determinar la factibilidad económica del proyecto, las inversiones que se tendrá que realizar en el proyecto que constituyen el tipo de recursos financieros que se requieren para la instalación y puesta en marcha del proyecto, la maquinaria, utensilios, equipos e insumos para la producción considerando las cotizaciones más convenientes. También se determinara como la empresa se financiara para obtener todo lo necesario para la producción y comercialización, con el fin de determinar la rentabilidad con la que retorna la inversión.

Las inversiones del proyecto serán en:

- ❖ **Activos fijos**
- ❖ **Activos diferidos**
- ❖ **Activo circulante o capital de trabajo**

### **ACTIVOS FIJOS**

Consiste en el desembolso de recursos financieros, comprende las inversiones tangibles fijas sujetas a depreciación, que se genera en la instalación de la empresa, En el siguiente cuadro se muestran los activos en que se deberá invertir.

### **INVERSIÓN EN ADECUACIONES**

Consiste en los arreglos del espacio físico necesarios para poder poner en marcha la nueva idea de negocio.

**CUADRO 31**

| <b>INVERSIÓN EN ADECUACIONES</b> |               |            |                  |
|----------------------------------|---------------|------------|------------------|
| <b>ARTÍCULO</b>                  | <b>UNIDAD</b> | <b>V/U</b> | <b>V/T</b>       |
| Adecuaciones                     | 20            | \$ 14      | \$ 280,00        |
| <b>TOTAL</b>                     |               |            | <b>\$ 280,00</b> |

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: La Autora

**INVERSIÓN EN EQUIPO DE CÓMPUTO**

Consiste en la adquisición de los equipos necesarios en la parte administrativa de la empresa, que son los encargados de realizar el control general de la planta.

**CUADRO 32**

| <b>INVERSIÓN EN EQUIPO DE COMPUTO</b> |               |            |                  |
|---------------------------------------|---------------|------------|------------------|
| <b>ARTÍCULO</b>                       | <b>UNIDAD</b> | <b>V/U</b> | <b>V/T</b>       |
| Computadoras                          | 1             | \$ 560,00  | \$ 560,00        |
| Impresora Canon                       | 1             | \$ 100,00  | \$ 100,00        |
| <b>TOTAL</b>                          |               |            | <b>\$ 660,00</b> |

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: La Autora

**EQUIPO DE OFICINA**

Constituye los complementos necesarios para implementar adecuadamente el departamento administrativo.

**CUADRO 33**

| <b>EQUIPO DE OFICINA</b> |               |            |                 |
|--------------------------|---------------|------------|-----------------|
| <b>ARTÍCULO</b>          | <b>UNIDAD</b> | <b>V/U</b> | <b>V/T</b>      |
| Sumadora                 | 1             | \$ 10,00   | \$ 10,00        |
| Calculadora              | 1             | \$ 8,00    | \$ 8,00         |
| Telefax                  | 1             | \$ 23,00   | \$ 23,00        |
| Grapadora                | 1             | \$ 3,50    | \$ 3,50         |
| Perforadora              | 1             | \$ 2,50    | \$ 2,50         |
| <b>TOTAL</b>             |               |            | <b>\$ 47,00</b> |

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: La Autora

## EQUIPOS DE COCINA

Consiste en la compra de los implementos de cocina necesarios para poder ofrecer el servicio.

**CUADRO 34**

| <b>MAQUINARIA Y EQUIPOS DE COCINA</b> |               |            |                    |
|---------------------------------------|---------------|------------|--------------------|
| <b>ARTÍCULO</b>                       | <b>UNIDAD</b> | <b>V/U</b> | <b>V/T</b>         |
| Cocina Industrial 4 quemadores        | 1             | \$ 80,00   | \$ 80,00           |
| Cocina Industrial 2 quemadores        | 5             | \$ 10,00   | \$ 50,00           |
| Termokin para cuarto frio             | 2             | \$ 50,00   | \$ 100,00          |
| Refrigerador vertical panorámico      | 1             | \$ 75,00   | \$ 75,00           |
| Congelador Horizontal. Industrial     | 2             | \$ 65,00   | \$ 130,00          |
| Cajas térmicas de prolipop.           | 2             | \$ 40,00   | \$ 80,00           |
| Repisa Metálica 1.20 a bandejas       | 1             | \$ 20,00   | \$ 20,00           |
| Tarros plásticos quintaleros          | 2             | \$ 8,00    | \$ 16,00           |
| Licuada industrial 10 litros          | 1             | \$ 360,00  | \$ 360,00          |
| Balanza digital                       | 1             | \$ 18,00   | \$ 18,00           |
| Bandejas de acero inoxidable.         | 2             | \$ 5,00    | \$ 10,00           |
| Freidora de carne                     | 1             | \$ 25,00   | \$ 25,00           |
| Mesa de trabajo acero inox            | 1             | \$ 42,00   | \$ 42,00           |
| Horno                                 | 1             | \$ 150,00  | \$ 150,00          |
| Imprevistos                           |               |            | \$ 57,80           |
| <b>TOTAL</b>                          |               |            | <b>\$ 1.213,80</b> |

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: La Autora

## VEHÍCULO

El Vehículo es uno de los activos de la empresa que transportará los alimentos procesados a sus diferentes lugares de destino según lo designado por el departamento administrativo.

**CUADRO 35**  
**INVERSIÓN EN ADECUACIONES**

| ARTÍCULO        | UNIDAD | V/U       | V/T                 |
|-----------------|--------|-----------|---------------------|
| Furgoneta chevy | 1      | \$ 14.000 | \$ 14.000,00        |
| <b>TOTAL</b>    |        |           | <b>\$ 14.000,00</b> |

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: La Autora

### INVERSIÓN EN MUEBLES Y ENSERES

Los muebles y enseres de oficina son el complemento necesario para desarrollar las actividades en el departamento administrativo.

**CUADRO 36**  
**INVERSIÓN EN MUEBLES Y ENSERES**

| ARTÍCULO            | UNIDAD | V/U      | V/T              |
|---------------------|--------|----------|------------------|
| Escritorio          | 1      | \$ 80,00 | \$ 80,00         |
| Sillas de espera    | 5      | \$ 10,00 | \$ 50,00         |
| Sillas giratorias   | 2      | \$ 50,00 | \$ 100,00        |
| Archivador vertical | 1      | \$ 75,00 | \$ 75,00         |
| Mesa de cocina      | 2      | \$ 65,00 | \$ 130,00        |
| Imprevistos         |        |          | \$ 21,75         |
| <b>TOTAL</b>        |        |          | <b>\$ 456,75</b> |

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: La Autora

### INVERSIÓN EN UTENSILIOS DE COCINA

Los utensilios de cocina son las herramientas necesarias para el procesamiento de la materia prima, a continuación se detalla los siguientes utensilios que se utilizará.



**CUADRO 37**

| <b>INVERSIÓN EN UTENSILIOS DE COCINA</b> |               |            |                  |
|--|---------------|------------|------------------|
| <b>ARTÍCULO</b>                          | <b>UNIDAD</b> | <b>V/U</b> | <b>V/T</b>       |
| Ollas grandes                            | 4             | 25         | \$ 100,00        |
| Ollas medianas                           | 4             | 18         | \$ 72,00         |
| Ollas pequeñas                           | 4             | 9,5        | \$ 38,00         |
| Olla Tamalera                            | 1             | 35         | \$ 35,00         |
| Batidores grandes y med.                 | 2             | 8          | \$ 16,00         |
| Bandejas de servicio                     | 2             | \$ 6,50    | \$ 13,00         |
| Cernidor de doble malla                  | 3             | \$ 2,00    | \$ 6,00          |
| Ablandador de carne                      | 1             | \$ 15,50   | \$ 15,50         |
| Cucharon 3 onz.                          | 4             | \$ 4,50    | \$ 18,00         |
| Cuchillo N°10                            | 3             | \$ 5,00    | \$ 15,00         |
| Cuchillo fileteador                      | 2             | \$ 3,00    | \$ 6,00          |
| Espumadera de malla                      | 2             | \$ 50,00   | \$ 100,00        |
| Archivador vertical                      | 1             | \$ 75,00   | \$ 75,00         |
| Exprimidor de cítricos                   | 1             | \$ 65,00   | \$ 65,00         |
| Paila grande                             | 2             | \$ 12,00   | \$ 24,00         |
| Pelador                                  | 3             | \$ 1,50    | \$ 4,50          |
| Rallador acero inoxidable                | 2             | \$ 12,50   | \$ 25,00         |
| Sartén grande                            | 2             | \$ 14,00   | \$ 28,00         |
| Sartén mediano                           | 4             | \$ 12,50   | \$ 50,00         |
| Sartén pequeño                           | 3             | \$ 8,50    | \$ 25,50         |
| Juego de pinzas y espátulas              | 2             | \$ 3,00    | \$ 6,00          |
| Batidora                                 | 1             | \$ 12,00   | \$ 12,00         |
| Tablas de picar                          | 2             | \$ 2,50    | \$ 5,00          |
| Imprevistos                              |               |            | \$ 13,05         |
| <b>TOTAL</b>                             |               |            | <b>\$ 767,55</b> |

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: La Autora

**INVERSIÓN EN VAJILLA O MENAJE**

La vajilla y menaje son los materiales empleados en los eventos, mismos que reflejaran elegancia y estilo al momento del servicio.

**CUADRO 38**

| <b>INVERSIÓN EN VAJILLA O MENAJE</b> |               |            |                    |
|--------------------------------------|---------------|------------|--------------------|
| <b>ARTÍCULO</b>                      | <b>UNIDAD</b> | <b>V/U</b> | <b>V/T</b>         |
| Plato Sopero                         | 120           | 1          | \$ 120,00          |
| Plato trincherero                    | 120           | 1          | \$ 120,00          |
| Plato base                           | 120           | 1          | \$ 120,00          |
| Plato postre                         | 120           | 0,75       | \$ 90,00           |
| Cuchara sopera                       | 120           | 0,75       | \$ 90,00           |
| Tenedor trincherero                  | 120           | 1          | \$ 120,00          |
| Cuchillo                             | 120           | 1          | \$ 120,00          |
| Vasos                                | 120           | 0,5        | \$ 60,00           |
| Vajilla desechable                   | 12            | 4,5        | \$ 54,00           |
| Azucarera                            | 24            | \$ 0,85    | \$ 20,40           |
| <b>TOTAL</b>                         |               |            | <b>\$ 1.821,50</b> |
| FUENTE: Investigación directa        |               |            |                    |
| ELABORACIÓN: La Autora               |               |            |                    |

**RESUMEN DE INVERSIONES FIJAS**

A continuación se presenta el detalle de las inversiones fijas que tendrá que realizar la empresa.

**CUADRO Nº. 39**

| <b>RESUMEN DE INVERSIONES FIJAS</b> |                     |
|-------------------------------------|---------------------|
| <b>ARTÍCULO</b>                     | <b>V/T</b>          |
| Adecuaciones                        | \$ 280,00           |
| Inversión en equipo de computo      | \$ 660,00           |
| Equipos de oficina                  | \$ 47,00            |
| Equipos de cocina                   | \$ 1.213,80         |
| Muebles y encerados                 | \$ 456,75           |
| Utensilios de cocina                | \$ 767,55           |
| Vehículo                            | \$ 14.000,00        |
| Vajilla o menaje                    | \$ 914,40           |
| IMPREVISTOS 5%                      | \$ 916,98           |
| <b>TOTAL DE ACTIVOS FIJOS</b>       | <b>\$ 19.256,48</b> |

FUENTE: Cuadro 32 al 37

ELABORACIÓN: La Autora

## REINVERSIONES

Los equipos de computación tendrán una vida útil de tres años por tal motivo es necesario realizar una reinversión para el cuarto año de vida útil con un incremento anual del 4, 16% anual, lo que da un total del 16,64%.

**CUADRO 40**  
**REINVERSIONES**

| ARTÍCULO             | V/T              |
|----------------------|------------------|
| 1 Equipos de computo | \$ 769,82        |
| <b>TOTAL</b>         | <b>\$ 769,82</b> |

FUENTE: Cuadro 32

ELABORACIÓN: La Autora

## ACTIVOS INTANGIBLES O DIFERIDOS

Estas inversiones se las realiza sobre activos constituidos para los servicios o derechos adquiridos necesarios para la marcha del proyecto y son susceptibles de amortización, afectando al flujo de caja indirectamente, incluyen los siguientes gastos:

**CUADRO 41**  
**RESUMEN DE ACTIVO DIFERIDO**

| DETALLE                                | V/TOTAL            |
|--|--------------------|
| Estudios de investigación              | \$ 220,00          |
| Estudios de ingeniería                 | \$ 450,00          |
| Gastos de constitución                 | \$ 535,00          |
| Permisos de funcionamiento y operación | \$ 80,00           |
| Capacitación de personal               | \$ 150,00          |
| Imprevistos 5%                         | \$ 64,25           |
| <b>TOTAL</b>                           | <b>\$ 1.499,25</b> |

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: La Autora

## AMORTIZACIÓN DE ACTIVO DIFERIDO

Para calcular el valor del activo diferido fue necesario dividirlo para los años de la vida útil del proyecto.

**CUADRO 42**  
**AMORTIZACIÓN DE ACTIVO DIFERIDO**

| AÑOS | VAL.ACT.DIF | AMORTIZACIÓN | V. TOTAL |
|------|-------------|--------------|----------|
| 1    | 1.499,25    | 299,85       | 1.199,40 |
| 2    | 1.199,40    | 299,85       | 899,55   |
| 3    | 899,55      | 299,85       | 599,70   |
| 4    | 599,70      | 299,85       | 299,85   |
| 5    | 299,85      | 299,85       | 0        |

**Fuente:** Cuadro 41

**Elaboración:** La Autora

## ACTIVO CORRIENTE O CAPITAL DE TRABAJO

Con esta denominación se designa a los valores en los que se debe incurrir para dotar a la empresa de todos los componentes que hagan posible la actividad productiva de la empresa durante un periodo de tiempo establecido, permitiendo cubrir todas las obligaciones económicas. Para este proyecto se establece el capital de operación para 1 mes. A continuación describiremos los gastos que representará el capital de trabajo.

## MATERIA PRIMA DIRECTA

Son todos los materiales utilizados en la elaboración de un bien final, en la propuesta se ha determinado los costos de las recetas estándar para el cálculo de la materia prima necesaria para un mes de trabajo; ver detalle en anexo 3.

**CUADRO 43**  
**MATERIA PRIMA DIRECTA**

| <b>ARTÍCULO</b> | <b>CANTIDAD DIARIA</b> | <b>DIARIO</b>   | <b>VALOR SEMANAL</b> | <b>VALOR MENSUAL</b> | <b>VALOR ANUAL</b>  |
|-----------------|------------------------|-----------------|----------------------|----------------------|---------------------|
| Sopas           | 109                    | \$ 13,00        | \$ 65,00             | \$ 260,00            | \$ 3.120,00         |
| Plato Fuerte    | 109                    | \$ 53,00        | \$ 265,00            | \$ 1.060,00          | \$ 12.720,00        |
| Guarnición      | 109                    | \$ 8,00         | \$ 40,00             | \$ 160,00            | \$ 1.920,00         |
| Refresco        | 109                    | \$ 4,00         | \$ 20,00             | \$ 80,00             | \$ 960,00           |
| Postres         | 109                    | \$ 10,00        | \$ 50,00             | \$ 200,00            | \$ 2.400,00         |
| <b>TOTAL</b>    |                        | <b>\$ 88,00</b> | <b>\$ 440,00</b>     | <b>\$ 1.760,00</b>   | <b>\$ 21.120,00</b> |

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La Autora

Para producir los servicios de Catering (almuerzos que contienen sopa, plato fuerte, refresco y postre), cabe señalar que lo que se requiere para la producción se puede encontrar con facilidad en el mercado local.

### **MANO DE OBRA DIRECTA**

El costo de mano de obra se lo ha realizado de acuerdo con lo estipulado por la Ley donde se encuentran incluidos todos los beneficios que le corresponden al trabajador como son: decimotercera y decimocuarta remuneraciones, vacaciones, afiliación a la seguridad social.

Se ha dividido la mano de obra directa que está relacionada directamente con la elaboración del producto final.

**CUADRO NRO. 44  
MANO DE OBRA DIRECTA PRIMER AÑO**

| CARGO                        | CANTIDAD DE EMPLEADOS | SUELDO BÁSICO | APORTE PATRONAL AL IESS 11,15%, IECE (0,5%) Y SECAP (0,5%) | APORTE PERSONAL 9,35% | DECIMO 3ER SUELDO MENSUAL | DECIMO 4TO SUELDO MENSUAL | TOTAL PAGOS MENSUALES POR SUELDOS | TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA ANUAL |
|------------------------------|-----------------------|---------------|--|-----------------------|---------------------------|---------------------------|-----------------------------------|----------------------------------|
| Cocinero (Obrero )           | 1                     | 350           | 42,53  | 32,73                 | 29,17                     | 29,17                     | 441,06                            | 5292,70                          |
| Ayudante de Cocina (Obrero ) | 1                     | 318           | 38,64  | 29,73                 | 26,50                     | 26,50                     | 400,73                            | 4808,80                          |
| <b>TOTAL</b>                 |                       |               |  |                       |                           |                           | <b>841,79</b>                     | <b>10101,50</b>                  |

**FUENTE:** Investigación directa

**ELABORACIÓN:** La Autora

El valor de la mano de obra directa cambia para el segundo año en vista de que a los trabajadores de acuerdo a lo que establece la ley se les paga los fondos de reserva, lo que se detalla en el siguiente cuadro.

**CUADRO NRO. 45  
MANO DE OBRA DIRECTA SEGUNDO AÑO**

| CARGO                        | CANTIDAD DE EMPLEADOS | SUELDO BÁSICO | APORTE PATRONAL AL IESS 11,15%, IECE (0,5%) Y SECAP (0,5%) | APORTE PERSONAL 9,35% | FONDOS DE RESERVA | DECIMO 3ER SUELDO MENSUAL | DECIMO 4TO SUELDO MENSUAL | TOTAL PAGOS MENSUALES POR SUELDOS | TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA ANUAL |
|------------------------------|-----------------------|---------------|--|-----------------------|-------------------|---------------------------|---------------------------|-----------------------------------|----------------------------------|
| Cocinero (Obrero )           | 1                     | 350           | 42,53  | 32,73                 | 29,16             | 29,17                     | 29,17                     | 480,01                            | 5760,16                          |
| Ayudante de Cocina (Obrero ) | 1                     | 318           | 38,64  | 29,73                 | 26,49             | 26,50                     | 26,50                     | 436,13                            | 5233,52                          |
| <b>TOTAL</b>                 |                       |               |  |                       |                   |                           | <b>916,14</b>             | <b>10993,68</b>                   |                                  |

**FUENTE:** Investigación directa

**ELABORACIÓN:** La Autora

## **COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN**

Necesarios para la producción de los servicios, los costos indirectos comprenden: la mano de obra indirecta y materiales indirectos,

### **MANO DE OBRA INDIRECTA**

La Mano de Obra Directa es el Talento Humano que interviene indirectamente en la parte productiva y es el encargado de dirigir las actividades de todo el proceso productivo.

**CUADRO 46  
MANO DE OBRA INDIRECTA PRIMER AÑO**

| <b>CARGO</b>       | <b>CANTIDAD DE EMPLEADOS</b> | <b>SUELDO BÁSICO</b> | <b>APORTE PATRONAL AL IESS 11,15%, IECE (0,5%) Y SECAP (0,5%)</b> | <b>APORTE PERSONAL 9,35%</b> | <b>DECIMO 3ER SUELDO MENSUAL</b> | <b>DECIMO 4TO SUELDO MENSUAL</b> | <b>TOTAL PAGOS MENSUALES POR SUELDOS</b> | <b>TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA ANUAL</b> |
|--------------------|------------------------------|----------------------|---|------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|--|---|
| Jefe de producción | 1                            | 420                  | 51,03   | 39,27                        | 35,00                            | 35,00                            | 529,27                                   | 6351,24                                 |
| <b>TOTAL</b>       |                              |                      |   |                              |                                  |                                  | <b>529,27</b>                            | <b>6351,24</b>                          |

**FUENTE:** Investigación directa

**ELABORACIÓN:** La Autora

Al Jefe de Producción se lo considera como mano de obra indirecta, por cuanto está a cargo directamente de la producción en lo que respecta a las mezclas, control de calidad y puesta en marcha de todos los procesos de producción dentro del área correspondiente a su cargo.

### **MANO DE OBRA INDIRECTA PARA EL SEGUNDO AÑO**

Para calcular la mano de obra directa para el segundo año de operaciones fue necesario tomar en cuenta lo que establece el ministerio de relaciones laborales para el segundo año que es el pago de los fondos de reserva.

**CUADRO 47**  
**MANO DE OBRA INDIRECTA SEGUNDO AÑO**

| CARGO              | NÚMERO DE EMPLEADOS | SUELDO BÁSICO | APORTE PATRONAL AL IESS 11,15%, IECE (0,5%) Y SECAP (0,5%) | APORTE PERSONAL 9,35% | FONDOS DE RESERVA | DECIMO 3ER SUELDO MENSUAL | DECIMO 4TO SUELDO MENSUAL | TOTAL PAGOS MENSUALES POR SUELDOS | TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA ANUAL |
|--------------------|---------------------|---------------|--|-----------------------|-------------------|---------------------------|---------------------------|-----------------------------------|----------------------------------|
| Jefe de producción | 1                   | 420           | 51,03  | 39,27                 | 34,99             | 35,00                     | 35,00                     | 576,02                            | 6912,19                          |
| <b>TOTAL</b>       |                     |               |  |                       |                   |                           |                           | <b>576,02</b>                     | <b>6912,19</b>                   |

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: La Autora

**MATERIALES INDIRECTOS** Son todos los productos necesarios para la prestación del servicio. Entre los materiales indirectos que participan en la elaboración del servicio de Catering tenemos:

**CUADRO NRO. 48**

| <b>MATERIALES INDIRECTOS</b> |          |               |              |               |
|------------------------------|----------|---------------|--------------|---------------|
| DESCRIPCIÓN                  | CANTIDAD | V/UNITARIO V. | V.MENSUAL    | V. ANUAL      |
| Lavavajillas                 | 3,00     | 1,90          | 5,70         | 68,40         |
| Paquete de 1000 servilletas  | 1,00     | 2,50          | 2,50         | 30,00         |
| Paquetes de f. de basura     | 1,00     | 1,39          | 1,39         | 16,68         |
| Paquete viledas              | 5,00     | 1,20          | 6,00         | 72,00         |
| Rollo de plástico            | 3,00     | 2,50          | 7,50         | 90,00         |
| Rollo de papel de aluminio   | 3,00     | 2,90          | 8,70         | 104,40        |
| Imprevistos 5%               |          |               | 1,59         | 19,07         |
| <b>TOTAL</b>                 |          |               | <b>33,38</b> | <b>400,55</b> |

Fuente: Cuadro

ELABORACIÓN: La Autora

Estos materiales indirectos son todos los que intervienen en la carga fabril, no son parte del producto terminado pero de alguna manera forman parte de él.



## COMBUSTIBLE

Consiste en la compra de gas industrial para la prestación del servicio de catering, valor que se detalla a continuación.

**CUADRO 49**

| <b>COMBUSTIBLE</b>              |                         |                       |                      |                    |
|---------------------------------|-------------------------|-----------------------|----------------------|--------------------|
| <b>DESCRIPCIÓN</b>              | <b>CANTIDAD SEMANAL</b> | <b>VALOR UNITARIO</b> | <b>VALOR MENSUAL</b> | <b>VALOR ANUAL</b> |
| Cilindro de gas industrial 45kg | 1                       | 20                    | 20                   | 240,00             |
| <b>TOTAL</b>                    |                         |                       |                      | <b>240,00</b>      |

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: La Autora

## EQUIPOS DE SEGURIDAD INDUSTRIAL

Con el fin de proteger al trabajador y evitar riesgos en el trabajo se ha considerado la implementación de los siguientes equipos.

**CUADRO 50**

| <b>EQUIPOS DE SEGURIDAD INDUSTRIAL</b> |                      |                      |                       |
|--|----------------------|----------------------|-----------------------|
| <b>DESCRIPCIÓN</b>                     | <b>CANTIDAD/SEM.</b> | <b>V/UNITARIO V.</b> | <b>V. TOTAL ANUAL</b> |
| Tanques plastigama                     | 2                    | 6,7                  | 13,4                  |
| Guantes                                | 36                   | 0,75                 | 27                    |
| Mascarilla                             | 24                   | 0,15                 | 3,6                   |
| Gorros                                 | 6                    | 1,5                  | 9                     |
| Extintor grande                        | 1                    | 22                   | 22                    |
| Botiquín                               | 1                    | 15                   | 15                    |
| <b>TOTAL</b>                           |                      |                      | <b>90,00</b>          |

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: La Autora

## GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

Comprenden, el arrendo, servicios básicos, depreciaciones mantenimiento y reparación.

## SUELDOS DE ADMINISTRACIÓN

Comprende los sueldos del personal administrativo, es decir el sueldo del gerente, secretaria contadora, guardián y asesor jurídico.

**CUADRO 51**

### SUELDOS ADMINISTRATIVOS PRIMER AÑO

| CARGO                | NRO DE EMPLEADOS | SUELDO BÁSICO | APORTE PATRONAL AL IESS 11,15%, IECE (0,5%) Y SECAP (0,5%) | APORTE PERSONAL AL 9,35% | DECIMO 3ER SUELDO MENSUAL | DECIMO 4TO SUELDO MENSUAL | TOTAL MANO DE SUELDOS ADMINISTRATIVOS MENSUAL | TOTAL MANO DE SUELDOS ADMINISTRATIVOS ANUAL |
|----------------------|------------------|---------------|--|--------------------------|---------------------------|---------------------------|---|---|
| Gerente              | 1                | 550,00        | 6 6,83   | 51,43                    | 45,83                     | 45,83                     | 708,49  | 8501,90                                     |
| Secretaria contadora | 1                | 450,00        | 54,68  | 42,08                    | 37,50                     | 37,50                     | 579,68  | 6956,10                                     |
| Guardián             | 1                | 318,00        | 38,64  | 29,73                    | 26,50                     | 26,50                     | 409,64  | 4915,64                                     |
| Asesor jurídico      | 1                | 220,00        | 26,73  | 20,57                    | 18,33                     | 18,33                     | 283,40  | 283,40                                      |
| <b>TOTAL</b>         |                  |               |  |                          |                           |                           | <b>1981,20</b>                                | <b>20657,04</b>                             |

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: La Autora

Para el segundo año se tomó en cuenta los valores correspondientes a los fondos de reserva de los que son beneficiarios todos los trabajadores.

**CUADRO 52**  
**SUELDOS ADMINISTRATIVOS SEGUNDO AÑO**

| CARGO                | NRO DE EMPLEADOS | SUELDO BÁSICO | APORTE PATRONAL AL IESS 11,15%, IECE (0,5%) Y SECAP (0,5%) | APORTE PERSONAL 9,35% | FONDOS DE RESERVA | DECIMO 3ER SUELDO MENSUAL | DECIMO 4TO SUELDO MENSUAL | TOTAL SUELDOS ADMINISTRATIVOS MENSUAL | TOTAL SUELDOS ADMINISTRATIVOS ANUAL |
|----------------------|------------------|---------------|--|-----------------------|-------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------------------|-------------------------------------|
| Gerente              | 1                | 550,00        | 66,83  | 51,43                 | 45,82             | 45,83                     | 45,83                     | 754,31                                | 9051,68                             |
| Secretaria contadora | 1                | 450,00        | 54,68  | 42,08                 | 37,49             | 37,50                     | 37,50                     | 617,16                                | 7405,92                             |
| Guardián             | 1                | 318,00        | 38,64  | 29,73                 | 26,49             | 26,50                     | 26,50                     | 436,13                                | 5233,52                             |
| Asesor jurídico      | 1                | 220,00        | 26,73  | 20,57                 | 18,33             | 18,33                     | 18,33                     | 301,72                                | 3620,67                             |
| <b>TOTAL</b>         |                  |               |  |                       |                   |                           |                           | <b>2109,32</b>                        | <b>25311,79</b>                     |

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: La Autora

### SERVICIOS BÁSICOS

A continuación se presentan los gastos de servicios básicos del área administrativa, que comprenden agua, luz eléctrica, servicio telefónico e internet; lo que se presenta en el siguiente detalle.

**CUADRO 53**  
**SERVICIOS BÁSICOS**

| ARTÍCULO             | UNIDAD  | CANTIDAD | V/U     | V/MENSUAL       | VALOR ANUAL        |
|----------------------|---------|----------|---------|-----------------|--------------------|
| Energía Eléctrica    | KW/H    | 73,00    | \$ 0,20 | \$ 14,60        | \$ 175,20          |
| Agua                 | M3      | 20,00    | \$ 0,30 | \$ 6,00         | \$ 72,00           |
| Teléfono             | MINUTOS | 120,00   | \$ 0,10 | \$ 12,00        | \$ 144,00          |
| Servicio de internet | BYTES   | 324,00   | 0,19    | \$ 61,56        | \$ 738,72          |
| <b>TOTAL</b>         |         |          |         | <b>\$ 68,00</b> | <b>\$ 1.129,92</b> |

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: La Autora

## ARRIENDO

Consiste en pago del espacio físico en el que funcionará la empresa

**CUADRO 54**

| <b>ARRIENDO</b>   |                 |                  |                    |
|-------------------|-----------------|------------------|--------------------|
| <b>ARTÍCULO</b>   | <b>CANTIDAD</b> | <b>V/MENSUAL</b> | <b>V/ANUAL</b>     |
| Arriendo de local | 1               | \$ 120,00        | \$ 1.440,00        |
| <b>TOTAL</b>      |                 | <b>\$ 120,00</b> | <b>\$ 1.440,00</b> |

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: La Autora

## MATERIALES DE OFICINA

Están en función directa de las necesidades de la parte administrativa de la empresa.

**CUADRO 55**

| <b>MATERIALES DE OFICINA</b> |               |                 |            |                  |                  |
|------------------------------|---------------|-----------------|------------|------------------|------------------|
| <b>ARTÍCULO</b>              | <b>UNIDAD</b> | <b>CANTIDAD</b> | <b>V/U</b> | <b>V/MENSUAL</b> | <b>V/ANUAL</b>   |
| Resmas de papel bond         | Unidad        | 1,00            | \$ 4,00    | \$ 5,00          | \$ 60,00         |
| Esferos                      | Unidad        | 4,00            | \$ 0,30    | \$ 1,20          | \$ 14,40         |
| Clips                        | Caja          | 1,00            | \$ 0,70    | \$ 0,70          | \$ 8,40          |
| Grapas                       | Caja          | 1,00            | \$ 1,00    | \$ 1,00          | \$ 12,00         |
| Varios                       | Unidad        | 1,00            | \$ 5,00    | \$ 5,00          | \$ 60,00         |
| <b>TOTAL</b>                 |               |                 |            | <b>\$ 12,90</b>  | <b>\$ 154,80</b> |

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: La Autora

## ÚTILES DE ASEO

Comprende el conjunto de materiales de aseo y limpieza para mejorar la imagen institucional.

CUADRO 56

| ÚTILES DE ASEO Y LIMPIEZA |          |                |               |               |
|---------------------------|----------|----------------|---------------|---------------|
| DESCRIPCIÓN               | CANTIDAD | VALOR UNITARIO | VALOR MENSUAL | VALOR. ANUAL  |
| Galón cloro               | 1,00     | 4,50           | 4,50          | 54,00         |
| Galón Jabón líquido       | 1,00     | 6,00           | 6,00          | 72,00         |
| Tachos de basura          | 3,00     | 2,50           | 7,50          | 90,00         |
| Escobas                   | 3,00     | 1,70           | 5,10          | 61,20         |
| Trapeadores               | 2,00     | 2,80           | 5,60          | 67,20         |
| Paquete de 12 P. hig.     | 1,00     | 4,50           | 4,50          | 54,00         |
| Recogedor de basura       | 3,00     | 1,90           | 5,70          | 68,40         |
| <b>TOTAL</b>              |          |                |               | <b>466,80</b> |

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: La Autora

### GASTOS DE VENTAS

Comprende los gastos de del personal de ventas, el mantenimiento del vehículo, el combustible y la publicidad necesaria para dar a conocer el producto ene le mercado y conseguir el incremento en el volumen de ventas.

### SUELDO PERSONAL DE VENTAS PARA EL PRIMER AÑO

Para calcular el sueldo del personal de ventas se tomó en cuenta lo que establece el ministerio de relaciones laborales.

CUADRO 57

| SUELDO DE PERSONAL DE VENTAS PRIMER AÑO |                     |               |  |                       |                             |                             |  |                              |
|---|---------------------|---------------|--|-----------------------|-----------------------------|-----------------------------|--|------------------------------|
| CARGO                                   | NÚMERO DE EMPLEADOS | SUELDO BÁSICO | APORTE PATRONAL AL IESS 11,15%, IECE (0,5%) Y SECAP (0,5%) | APORTE PERSONAL 9,35% | DECIMO 3ER SUELDO O MENSUAL | DECIMO 4TO SUELDO O MENSUAL | TOTAL PAGOS MENSUALES POR SUELDOS VENTAS | TOTAL SUELDO DE VENTAS ANUAL |
| Vendedor                                | 1                   | 318           | 38,64  | 29,73                 | 26,50                       | 26,50                       | 400,73                                   | 4808,80                      |
| <b>TOTAL</b>                            |                     |               |  |                       |                             |                             | <b>400,73</b>                            | <b>4808,80</b>               |

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: La Autora

## SUELDO DEL PERSONAL DE VENTAS PARA EL SEGUNDO AÑO

Para el segundo año el sueldo del personal de ventas se cálculo con el valor de fondos de reserva que se paga en el segundo año de trabajo, información que se detalla a continuación.

**CUADRO 58**  
**SUELDO DE PERSONAL DE VENTAS SEGUNDO AÑO**

| CARGO        | NÚMERO DE EMPLEADOS | SUELDO BÁSICO | APORTE PATRONAL AL IESS 11,15%, IECE (0,5%) Y SECAP (0,5%) | APORTE PERSONAL 9,35% | FONDOS DE RESERVA | DECIMO 3ER SUELDO MENSUAL | DECIMO 4TO SUELDO MENSUAL | TOTAL PAGOS MENSUALES POR SUELDOS VENTAS | TOTAL SUELDO DE VENTAS ANUAL |
|--------------|---------------------|---------------|--|-----------------------|-------------------|---------------------------|---------------------------|--|------------------------------|
| Vendedor     | 1                   | 318           | 38,64  | 29,73                 | 26,49             | 26,50                     | 26,50                     | 436,13                                   | 5233,52                      |
| <b>TOTAL</b> |                     |               |  |                       |                   |                           |                           | <b>436,13</b>                            | <b>5233,52</b>               |

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: La Autora

## PUBLICIDAD

Con la finalidad de llegar a la mayor cantidad de clientes en el mercado la empresa entregará hojas volantes en las principales ferias y realizará publicidad por la radio de mayor sintonía del lugar como es la radio Joya de los sachas.

**CUADRO NRO. 59**

| PUBLICIDAD     |        |          |         |                  |                  |
|----------------|--------|----------|---------|------------------|------------------|
| ARTÍCULO       | UNIDAD | CANTIDAD | V/U     | V/MES            | VALOR ANUAL      |
| Cuñas radiales | Unidad | 60,00    | \$ 1,41 | \$ 84,60         | \$ 253,80        |
| Hojas volantes | Unidad | 1.000,00 | \$ 0,04 | \$ 42,00         | \$ 126,00        |
| <b>TOTAL</b>   |        |          |         | <b>\$ 126,60</b> | <b>\$ 379,80</b> |

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: La Autora

## MANTENIMIENTO DE VEHÍCULO

Es importante tomar en cuenta que en cuanto al mantenimiento del vehículo se realizará 5 veces en el año y se reservará la cantidad mensual de \$56,25.

CUADRO NRO. 60

| MANTENIMIENTO DE VEHÍCULO |            |          |           |           |                  |
|---------------------------|------------|----------|-----------|-----------|------------------|
| ARTÍCULO                  | UNIDAD     | CANTIDAD | V/U       | V/MES     | VALOR ANUAL      |
| Mantenimiento de vehículo | Unidad/año | 5,00     | \$ 135,00 | \$ 135,00 | \$ 675,00        |
| Combustible               | Galones    | 16,00    | \$ 1,20   | \$ 19,20  | \$ 230,40        |
| <b>TOTAL</b>              |            |          |           | \$ 154,20 | <b>\$ 905,40</b> |

**FUENTE:** Investigación directa

**ELABORACIÓN:** La Autora

## RESUMEN DE ACTIVO CIRCULANTE PARA UN MES

Es necesario, saber los requerimientos necesarios de capital para poder ofrecer el servicio de Catering en un mes de operaciones, cuyo detalle se presenta a continuación.

| <b>ACTIVO CIRCULANTE PARA EL PRIMER MES</b> |                    |
|---|--------------------|
| <b>ARTÍCULO</b>                             | <b>PARCIAL</b>     |
| Materia prima directa                       | \$ 1.760,00        |
| Materiales indirectos                       | \$ 33,38           |
| Mano de obra directa                        | \$ 841,79          |
| Mano de obra indirecta                      | \$ 529,27          |
| Sueldos administrativos                     | \$ 1.981,20        |
| Materiales de oficina                       | \$ 12,90           |
| Equipos de seguridad                        | \$ 90,00           |
| Combustible                                 | \$ 20,00           |
| Servicios básicos                           | \$ 94,16           |
| Arriendo                                    | \$ 120,00          |
| Útiles de aseo y limpieza.                  | \$ 38,90           |
| Equipos de seguridad industrial             | \$ 7,50            |
| Publicidad                                  | \$ 126,60          |
| Mantenimiento v.                            | \$ 154,20          |
| Personal / ventas                           | \$ 400,73          |
| Imprevistos 5%                              | \$ 310,53          |
| <b>TOTAL DE ACTIVOS CIRCULANTE</b>          | <b>\$ 6.521,17</b> |

FUENTE: Cuadros Del 43 Al 60

ELABORACIÓN: La Autora

### CUADRO 61

#### INVERSIONES TOTALES

Las inversiones que se ha considerado realizar para el presente proyecto son en activos fijos, diferidos y circulantes; luego de haber especificado cada uno de los requerimientos, tomando en cuenta las necesidades que tiene la nueva empresa de servicio de catering. A continuación el resumen de estas inversiones.



## CUADRO NRO. 62

## INVERSIONES TOTALES

| INVERSIONES                            | PARCIAL      | TOTAL              |
|--|--------------|--------------------|
| <b>ACTIVOS FIJOS</b>                   |              | <b>\$ 19.256,5</b> |
| ADECUACIONES                           | \$ 280,00    |                    |
| MAQUINARA Y EQUIPO                     | \$ 1.213,80  |                    |
| HERRAMIENTAS                           | \$ 767,55    |                    |
| MUEBLES Y ENSERES                      | \$ 456,75    |                    |
| EQUIPO DE COMPUTO                      | \$ 660,00    |                    |
| EQUIPO DE OFICINA                      | \$ 47,00     |                    |
| VEHÍCULOS                              | \$ 14.000,00 |                    |
| VAJILLA O MENAJE                       | \$ 914,40    |                    |
| IMPREVISTOS 5%                         | \$ 916,98    |                    |
| <b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>               |              | <b>\$ 1.506,8</b>  |
| Estudios de investigación              | \$ 220,00    |                    |
| Estudios de ingeniería                 | \$ 450,00    |                    |
| Gastos de constitución                 | \$ 535,00    |                    |
| Permisos de funcionamiento y operación | \$ 80,00     |                    |
| Capacitación del personal              | \$ 150,00    |                    |
| Imprevistos 5%                         | \$ 71,75     |                    |
| <b>ACTIVO CIRCULANTE</b>               |              | <b>\$ 6.244</b>    |
| Materia prima directa                  | \$ 1.760,00  |                    |
| Materiales indirectos                  | \$ 33,38     |                    |
| Mano de obra directa                   | \$ 841,79    |                    |
| Mano de obra indirecta                 | \$ 529,27    |                    |
| Sueldos Administrativos                | \$ 1.981,20  |                    |
| Materiales de oficina                  | \$ 12,90     |                    |
| Servicios básicos                      | \$ 94,16     |                    |
| Arriendo                               | \$ 120,00    |                    |
| Útiles de aseo y limpieza              | \$ 38,90     |                    |
| Equipos de seguridad industrial        | \$ 7,50      |                    |
| Publicidad                             | \$ 31,65     |                    |
| Combustible                            | \$ 20,00     |                    |
| Mantenimiento de vehículo              | \$ 75,45     |                    |
| Sueldo personal de ventas              | \$ 400,73    |                    |
| IMPREVISTOS 5%                         | \$ 297,35    |                    |
| <b>TOTAL DE INVERSIONES</b>            |              | <b>\$ 27.008</b>   |

FUENTE: Cuadros nro. 31 al 38, 41, 43 al 60

ELABORACIÓN: La Autora

Para el proyecto se requerirá una inversión total de \$ 27.008

## DEPRECIACIONES

La Depreciaciones son el desgaste que sufren todos los activos fijos tangibles, debido al uso de estos en el tiempo, las depreciaciones para los años de vida útil de la empresa se detalla a continuación:

**CUADRO 63**  
**DEPRECIACIONES**

| DENOMINACIÓN                  | VALOR DE ACTIVOS | VALOR RESIDUAL 10% | VALOR A DEPRECIAR | VIDA UTIL EN AÑOS | DEPRECIACIÓN ANUAL | REINVERSIÓN |
|-------------------------------|------------------|--------------------|-------------------|-------------------|--------------------|-------------|
| Equipo de computo             | \$ 660,00        | \$ 66,00           | \$ 594,00         | 3,00              | \$ 198,00          | \$ 769,82   |
| Equipo de oficina             | \$ 47,00         | \$ 4,70            | \$ 42,30          | 10,00             | \$ 4,23            |             |
| Adecuaciones y remodelaciones | \$ 280,00        | \$ 28,00           | \$ 252,00         | 10,00             | <b>\$ 25,20</b>    |             |
| Vehículo                      | \$ 14.000,00     | \$ 1.400,00        | \$ 12.600,00      | 5,00              | \$ 2.520,00        |             |
| Maquinarias y equipos         | \$ 1.213,80      | \$ 121,38          | \$ 1.092,42       | 10,00             | \$ 109,24          |             |
| Vajilla o menaje              | \$ 1.821,50      | \$ 182,15          | \$ 1.639,35       | 2,00              | \$ 819,68          | \$ 2.124,60 |
| Muebles y enseres             | \$ 456,75        | \$ 45,68           | \$ 411,08         | 10,00             | \$ 41,11           |             |
| Herramientas                  | \$ 767,55        | \$ 76,76           | \$ 690,80         | 3,00              | \$ 230,27          | \$ 895,27   |

FUENTE: Cuadros del 31 al 36 tasa de inflación acumulada por tres años, ref año 2014 (4,17%)

ELABORACIÓN: La Autora

## DEPRECIACIÓN DE LAS REINVERSIONES

Para poder calcular las reinversiones se hizo necesario calcular el valor para el siguiente año con una tasa de inflación del 4,17% como índice de inflación para el siguiente año.

## DEPRECIACIONES DE REINVERSIONES AÑO TERCER AÑO

La vajilla o menaje para poder ofrecer el servicio de catering, será necesario realizar una reinversión para el tercer año de operaciones de la empresa, lo que se detalla en el siguiente cuadro.

**CUADRO 64**

| <b>DEPRECIACIONES DE REINVERSIONES AÑO TERCER AÑO</b> |                             |                                   |                              |                                  |                               |
|---|-----------------------------|-----------------------------------|------------------------------|----------------------------------|-------------------------------|
| <b>DENOMINACIÓN</b>                                   | <b>VALOR DE<br/>ACTIVOS</b> | <b>VALOR<br/>RESIDUAL<br/>10%</b> | <b>VALOR A<br/>DEPRECIAR</b> | <b>VIDA<br/>ÚTIL EN<br/>AÑOS</b> | <b>DEPRECIACIÓN<br/>ANUAL</b> |
| VAJILLA O MENAJE                                      | \$ 1.821,50                 | \$ 182,15                         | \$ 1.639,35                  | 2,00                             | \$ 819,68                     |

FUENTE: Cuadros nro. 38 tasa de inflación acumulada por 3 años, ref. año 2014 (4,17%)

ELABORACIÓN: La Autora

**DEPRECIACIONES DE REINVERSIONES AÑO 4**

Para el cuarto año de operaciones será necesario realizar, la reinversión del equipo de cómputo y las herramientas, información que se detalla a continuación.

**CUADRO 65**

| <b>DEPRECIACIONES DE REINVERSIONES AÑO 4</b> |                             |                                   |                              |                              |                               |
|--|-----------------------------|-----------------------------------|------------------------------|------------------------------|-------------------------------|
| <b>DENOMINACIÓN</b>                          | <b>VALOR DE<br/>ACTIVOS</b> | <b>VALOR<br/>RESIDUAL<br/>10%</b> | <b>VALOR A<br/>DEPRECIAR</b> | <b>VIDA ÚTIL<br/>EN AÑOS</b> | <b>DEPRECIACIÓN<br/>ANUAL</b> |
| EQUIPO DE COMPUTO                            | \$ 769,82                   | \$ 76,98                          | \$ 692,84                    | 3,00                         | \$ 230,95                     |
| HERRAMIENTAS                                 | \$ 895,27                   | \$ 89,53                          | \$ 805,74                    | 3,00                         | \$ 268,58                     |

FUENTE: Cuadros nro. 32, tasa de inflación acumulada por 3 años, ref. año 2014 (4,17%)

ELABORACIÓN: La Autora

**DEPRECIACIONES DE REINVERSIONES QUINTO AÑO**

La vajilla o menaje tendrá una duración de 2 años por lo que será necesario realizar una reinversión para el quinto año, detalle que se presenta a continuación:

**CUADRO 66****DEPRECIACIONES DE REINVERSIONES AÑO 5**

| DENOMINACIÓN   | VALOR DE<br>ACTIVOS | VALOR<br>RESIDUAL<br>10% | VALOR A<br>DEPRECIAR | VIDA<br>UTIL EN<br>AÑOS | DEPRECIACIÓN<br>ANUAL |
|----------------|---------------------|--------------------------|----------------------|-------------------------|-----------------------|
| VAJILLA O MENA | \$ 2.478,13         | \$ 247,81                | \$ 2.230,32          | 2,00                    | \$ 1.115,16           |

FUENTE: Cuadros nro. 57, tasa de inflación acumulada por 3 años, ref. año 2014 (4,17%)

ELABORACIÓN: La Autora

**FINANCIAMIENTO**

Para poder financiar el proyecto se estableció el monto que aportarán los inversionistas cuyo valor es de \$12.781, lo que equivale al 46% del capital, también se acudió a fuentes de financiamiento externo por un valor de \$15.000 que representa el 54% de la inversión total, monto que se solicitará en el Banco Nacional de Fomento del cantón, con el 14% de interés.

**CUADRO 67**

| <b>FINANCIAMIENTO</b> |       |                  |
|-----------------------|-------|------------------|
| FUENTE                | %     | MONTO            |
| Capital Propio        | 44,46 | \$ 12.008        |
| Crédito               | 55,54 | \$ 15.000        |
| <b>TOTAL</b>          | 100   | <b>\$ 27.008</b> |

FUENTE: Cuadro 48

ELABORACIÓN: La Autora

**TABLA DE PAGO DE DEUDA**

A continuación se presenta el detalle del valor que se pagará mensualmente por concepto de préstamo y para dos años plazo.

CUADRO 68

## TABLA DE AMORTIZACIÓN

| AÑO          | CAPITAL             | INTERÉS 14% ANUAL | DIVIDENDO MENSUAL   | SALDO CAPITAL |
|--------------|---------------------|-------------------|---------------------|---------------|
| 0            |                     |                   |                     | \$ 15.000,00  |
| 1            | \$ 625,00           | \$ 175,00         | \$ 800,00           | \$ 14.375,00  |
| 2            | \$ 625,00           | \$ 167,71         | \$ 792,71           | \$ 13.750,00  |
| 3            | \$ 625,00           | \$ 160,42         | \$ 785,42           | \$ 13.125,00  |
| 4            | \$ 625,00           | \$ 153,13         | \$ 778,13           | \$ 12.500,00  |
| 5            | \$ 625,00           | \$ 145,83         | \$ 770,83           | \$ 11.875,00  |
| 6            | \$ 625,00           | \$ 138,54         | \$ 763,54           | \$ 11.250,00  |
| 7            | \$ 625,00           | \$ 131,25         | \$ 756,25           | \$ 10.625,00  |
| 8            | \$ 625,00           | \$ 123,96         | \$ 748,96           | \$ 10.000,00  |
| 9            | \$ 625,00           | \$ 116,67         | \$ 741,67           | \$ 9.375,00   |
| 10           | \$ 625,00           | \$ 109,38         | \$ 734,38           | \$ 8.750,00   |
| 11           | \$ 625,00           | \$ 102,08         | \$ 727,08           | \$ 8.125,00   |
| 12           | \$ 625,00           | \$ 94,79          | \$ 719,79           | \$ 7.500,00   |
| 13           | \$ 625,00           | \$ 87,50          | \$ 712,50           | \$ 6.875,00   |
| 14           | \$ 625,00           | \$ 80,21          | \$ 705,21           | \$ 6.250,00   |
| 15           | \$ 625,00           | \$ 72,92          | \$ 697,92           | \$ 5.625,00   |
| 16           | \$ 625,00           | \$ 65,63          | \$ 690,63           | \$ 5.000,00   |
| 17           | \$ 625,00           | \$ 58,33          | \$ 683,33           | \$ 4.375,00   |
| 18           | \$ 625,00           | \$ 51,04          | \$ 676,04           | \$ 3.750,00   |
| 19           | \$ 625,00           | \$ 43,75          | \$ 668,75           | \$ 3.125,00   |
| 20           | \$ 625,00           | \$ 36,46          | \$ 661,46           | \$ 2.500,00   |
| 21           | \$ 625,00           | \$ 29,17          | \$ 654,17           | \$ 1.875,00   |
| 22           | \$ 625,00           | \$ 21,88          | \$ 646,88           | \$ 1.250,00   |
| 23           | \$ 625,00           | \$ 14,58          | \$ 639,58           | \$ 625,00     |
| 24           | \$ 625,00           | \$ 7,29           | \$ 632,29           | \$ 0,00       |
| <b>TOTAL</b> | <b>\$ 15.000,00</b> |                   | <b>\$ 17.187,50</b> |               |

Fuente: Cuadro 60 y BNF. Joya de Los Sachas

ELABORACIÓN: La Autora

## **PRESUPUESTOS DE COSTOS E INGRESOS**

Los costos son todos los desembolsos realizados durante un año de ejercicio económico.

Los ingresos son aquellos que se determinan por el volumen de producción y por las ventas. Estos valores permiten determinar el costo unitario que tendrá el nuevo servicio, con el fin de establecer el margen de utilidad y de igual manera el precio de venta al público.

## **COSTOS TOTALES**

Son todos los que se dan por la fabricación o elaboración de un producto, para poder presentarse, se hizo necesario determinar los costos primos, los gastos generales de fabricación, gastos financieros, gastos de administración y ventas, lo que se detalla continuación.

**CUADRO NRO. 69**  
**PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS**

| <b>COSTOS</b>                       | <b>AÑO 1</b>        | <b>AÑO 2</b>        | <b>AÑO 3</b>        | <b>AÑO 4</b>        | <b>AÑO 5</b>        |
|-------------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| <b>COSTO PRIMO</b>                  | <b>\$ 38.303,29</b> | <b>\$ 39.900,54</b> | <b>\$ 41.564,39</b> | <b>\$ 43.297,62</b> | <b>\$ 45.103,14</b> |
| Materia Prima Directa               | \$ 21.120,00        | \$ 22.000,70        | \$ 22.918,13        | \$ 23.873,82        | \$ 24.869,36        |
| Materiales Indirectos               | \$ 400,55           | \$ 417,26           | \$ 434,66           | \$ 452,78           | \$ 471,66           |
| Mano de Obra Directa                | \$ 10.101,50        | \$ 10.522,73        | \$ 10.961,53        | \$ 11.418,62        | \$ 11.894,78        |
| Mano de Obra Indirecta              | \$ 6.351,24         | \$ 6.616,09         | \$ 6.891,98         | \$ 7.179,37         | \$ 7.478,75         |
| Equipos de seguridad                | \$ 90,00            | \$ 93,75            | \$ 97,66            | \$ 101,74           | \$ 105,98           |
| Combustible                         | \$ 240,00           | \$ 250,01           | \$ 260,43           | \$ 271,29           | \$ 282,61           |
| <b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>       | <b>\$ 23.848,56</b> | <b>\$ 24.843,05</b> | <b>\$ 25.879,00</b> | <b>\$ 26.958,15</b> | <b>\$ 28.082,31</b> |
| Sueldos Administrativos             | \$ 20.657,04        | \$ 21.518,44        | \$ 22.415,76        | \$ 23.350,50        | \$ 24.324,21        |
| Servicios Básicos                   | \$ 1.129,92         | \$ 1.177,04         | \$ 1.226,12         | \$ 1.277,25         | \$ 1.330,51         |
| Arriendo                            | \$ 1.440,00         | \$ 1.500,05         | \$ 1.562,60         | \$ 1.627,76         | \$ 1.695,64         |
| Materiales de Oficina               | \$ 154,80           | \$ 161,26           | \$ 167,98           | \$ 174,98           | \$ 182,28           |
| Útiles de Aseo                      | \$ 466,80           | \$ 486,27           | \$ 506,54           | \$ 527,67           | \$ 549,67           |
| <b>GASTOS DE VENTAS</b>             | <b>\$ 6.094,00</b>  | <b>\$ 6.348,12</b>  | <b>\$ 6.612,83</b>  | <b>\$ 6.888,55</b>  | <b>\$ 7.175,76</b>  |
| Personal/Ventas                     | \$ 4.808,80         | \$ 5.009,32         | \$ 5.218,21         | \$ 5.435,81         | \$ 5.662,48         |
| Mantenimiento Vehículos             | \$ 905,40           | \$ 943,16           | \$ 982,48           | \$ 1.023,45         | \$ 1.066,13         |
| Publicidad                          | \$ 379,80           | \$ 395,64           | \$ 412,14           | \$ 429,28           | \$ 447,14           |
| <b>DEPRECIACIONES</b>               | <b>\$ 3.539,52</b>  | <b>\$ 3.539,52</b>  | <b>\$ 3.607,99</b>  | <b>\$ 3.679,26</b>  | <b>\$ 3.759,12</b>  |
| Equipo de Computo                   | \$ 198,00           | \$ 198,00           | \$ 198,00           | \$ 230,95           | \$ 230,95           |
| Equipo de Oficina                   | \$ 4,23             | \$ 4,23             | \$ 4,23             | \$ 4,23             | \$ 4,23             |
| Adecuaciones                        | \$ 25,20            | \$ 25,20            | \$ 25,20            | \$ 25,20            | \$ 25,20            |
| Maquinaria y equipo                 | \$ 109,24           | \$ 109,24           | \$ 109,24           | \$ 109,24           | \$ 109,24           |
| Vajilla o menaje                    | \$ 411,48           | \$ 411,48           | \$ 479,95           | \$ 479,95           | \$ 559,81           |
| Herramientas                        | \$ 230,27           | \$ 230,27           | \$ 230,27           | \$ 268,58           | \$ 268,58           |
| Depreciación vehículo               | \$ 2.520,00         | \$ 2.520,00         | \$ 2.520,00         | \$ 2.520,00         | \$ 2.520,00         |
| Muebles y Enseres                   | \$ 41,11            | \$ 41,11            | \$ 41,11            | \$ 41,11            | \$ 41,11            |
| <b>GASTOS FINANCIEROS</b>           | <b>\$ 1.918,60</b>  | <b>\$ 868,60</b>    | <b>\$ 299,85</b>    | <b>\$ 299,85</b>    | <b>\$ 299,85</b>    |
| Amortización de activo diferido     | \$ 299,85           | \$ 299,85           | \$ 299,85           | \$ 299,85           | \$ 299,85           |
| Intereses préstamo                  | \$ 1.618,75         | \$ 568,75           | \$ 0,00             | \$ 0,00             | \$ 0,00             |
| <b>OTROS GASTOS</b>                 | <b>\$ 7.500,00</b>  | <b>\$ 7.500,00</b>  | <b>\$ 0,00</b>      | <b>\$ 0,00</b>      | <b>\$ 0,00</b>      |
| Amortización préstamo               | \$ 7.500,00         | \$ 7.500,00         |                     | \$ 0,00             | \$ 0,00             |
| <b>TOTAL DE COSTO DE PRODUCCIÓN</b> | <b>\$ 81.203,97</b> | <b>\$ 82.999,82</b> | <b>\$ 77.964,07</b> | <b>\$ 81.123,43</b> | <b>\$ 84.420,17</b> |

FUENTE:

CUADRO DEL 31 AL 38 Y DEL 43AL 60; 64 al 66TASA DE INFLACIÓN  
AÑO 2012 (4,17%)

ELABORACIÓN:

La Autora

## INGRESOS TOTALES

Es la venta de los productos o servicios que se plantea el proyecto, en este caso la venta de servicios de Catering. Para la venta del servicio se ha establecido un margen de utilidad del 15%, el mismo que se ha determinado un precio que no exceda las expectativas de los clientes en el mercado; cómo se indica a continuación en el siguiente cuadro.

**CUADRO NRO. 70**  
**INGRESOS TOTALES**

| AÑO | COSTOS TOTALES | SERVICIOS DE KATERING | COSTO POR CADA ALMUERZO | MARGEN DE UTILIDAD (20%) | PRECIO DE CADA ALMUERZO | INGRESOS TOTALES |
|-----|----------------|-----------------------|-------------------------|--------------------------|-------------------------|------------------|
| 1   | \$ 81.203,97   | 28800                 | \$ 2,82                 | \$ 0,56                  | \$ 3,38                 | \$ 97.444,77     |
| 2   | \$ 82.999,82   | 30720                 | \$ 2,70                 | \$ 0,54                  | \$ 3,24                 | \$ 99.599,79     |
| 3   | \$ 77.964,07   | 32640                 | \$ 2,39                 | \$ 0,48                  | \$ 2,87                 | \$ 93.556,88     |
| 4   | \$ 81.123,43   | 34560                 | \$ 2,35                 | \$ 0,47                  | \$ 2,82                 | \$ 97.348,12     |
| 5   | \$ 84.420,17   | 36480                 | \$ 2,31                 | \$ 0,46                  | \$ 2,78                 | \$ 101.304,21    |

FUENTE: CUADRO NRO. 26 Y CUADRO NRO. 48

ELABORACIÓN: EL AUTOR

## ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

Es aquel que permite la comparación de los ingresos con los egresos, durante el periodo de vida útil del proyecto, indicando con claridad las pérdidas o ganancias del proyecto durante el periodo establecido. A sí mismo los resultados indican ganancias lo que resulta favorable para la implementación del mismo.



**CUADRO NRO. 71**  
**ESTADO DE PERDIDAS Y GANACIAS**

| PERIODOS                             | AÑO 1              | AÑO 2              | AÑO 3              | AÑO 4              | AÑO 5              |
|--------------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| ingreso por ventas                   | \$ 97.444,77       | \$ 99.599,79       | \$ 93.556,88       | \$ 97.348,12       | \$ 101.304,21      |
| (-) costo total                      | \$ 81.203,97       | \$ 82.999,82       | \$ 77.964,07       | \$ 81.123,43       | \$ 84.420,17       |
| (=) utilidad bruta en ventas         | \$ 16.240,79       | \$ 16.599,96       | \$ 15.592,81       | \$ 16.224,69       | \$ 16.884,03       |
| (-) 15% utilidad a trabajadores      | \$ 2.436,12        | \$ 2.489,99        | \$ 2.338,92        | \$ 2.433,70        | \$ 2.532,61        |
| (=) utilidad antes de imppto rta     | \$ 13.804,68       | \$ 14.109,97       | \$ 13.253,89       | \$ 13.790,98       | \$ 14.351,43       |
| (-) 25% de impuesto a la renta       | \$ 3.451,17        | \$ 3.527,49        | \$ 3.313,47        | \$ 3.447,75        | \$ 3.587,86        |
| (=) utilidad liquida de ejercicio    | \$ 10.353,51       | \$ 10.582,48       | \$ 9.940,42        | \$ 10.343,24       | \$ 10.763,57       |
| (-) 10% reserva legal                | \$ 1.035,35        | \$ 1.058,25        | \$ 994,04          | \$ 1.034,32        | \$ 1.076,36        |
| <b>(=) utilidad neta para socios</b> | <b>\$ 9.318,16</b> | <b>\$ 9.524,23</b> | <b>\$ 8.946,38</b> | <b>\$ 9.308,91</b> | <b>\$ 9.687,21</b> |

FUENTE: Cuadro nro. 48 y cuadro nro. 49

ELABORACIÓN: La Autora

### **COSTOS FIJOS Y VARIABLES**

Constituye la valoración monetaria del gasto originado por la utilización o consumo de un factor productivo. Se distinguen para determinar el costo total de un producto, los costos fijos y costos variables que sumados dan el desembolso inicial que aporta el empresario para comenzar la producción.

Para realizar una adecuada distribución se hizo necesario entender por costos fijos a todo lo que no interviene directamente en la producción, mientras que los costos variables lo constituyen todos los recursos necesarios para la producción del bien o servicio. A Continuación se presenta el siguiente detalle.

**CUADRO NRO. 72**  
**CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS EN FIJOS Y VARIABLES**

| COSTOS                          | AÑO 1               |                     | AÑO 5               |                     |
|---------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
|                                 | FIJO                | VARIABLE            | FIJO                | VARIABLE            |
| <b>COSTO PRIMO</b>              | <b>\$ 0,00</b>      | <b>\$ 31.952,05</b> | <b>\$ 0,00</b>      | <b>\$ 37.624,38</b> |
| Materia Prima Directa           |                     | \$ 21.120,00        |                     | \$ 24.869,36        |
| Materiales Indirecta            |                     | \$ 400,55           |                     | \$ 471,66           |
| Mano de Obra Directa            |                     | \$ 10.101,50        |                     | \$ 11.894,78        |
| Equipos de seguridad            |                     | \$ 90,00            |                     | \$ 105,98           |
| Combustible                     |                     | \$ 240,00           |                     | \$ 282,61           |
| <b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>   | <b>\$ 30.199,80</b> | <b>\$ 0,00</b>      | <b>\$ 35.561,06</b> | <b>\$ 0,00</b>      |
| Mano de Obra Indirecta          | \$ 6.351,24         |                     | \$ 7.478,75         |                     |
| Sueldos Administrativos         | \$ 20.657,04        |                     | \$ 24.324,21        |                     |
| Servicios Básicos               | \$ 1.129,92         |                     | \$ 1.330,51         |                     |
| Arriendo                        | \$ 1.440,00         |                     | \$ 1.695,64         |                     |
| Materiales de Oficina           | \$ 154,80           |                     | \$ 182,28           |                     |
| Útiles de Aseo                  | \$ 466,80           |                     | \$ 549,67           |                     |
| <b>GASTOS DE VENTAS</b>         | <b>\$ 6.094,00</b>  | <b>\$ 0,00</b>      | <b>\$ 7.175,76</b>  | <b>\$ 0,00</b>      |
| Personal/Ventas                 | \$ 4.808,80         |                     | \$ 5.662,48         |                     |
| Mantenimiento V.                | \$ 905,40           |                     | \$ 1.066,13         |                     |
| Publicidad                      | \$ 379,80           |                     | \$ 447,14           |                     |
| <b>DEPRECIACIONES</b>           | <b>\$ 3.539,52</b>  | <b>\$ 0,00</b>      | <b>\$ 3.759,12</b>  | <b>\$ 0,00</b>      |
| Equipo de Computo               | \$ 198,00           |                     | \$ 230,95           |                     |
| Equipo de Oficina               | \$ 4,23             |                     | \$ 4,23             |                     |
| Adecuaciones                    | \$ 25,20            |                     | \$ 25,20            |                     |
| Maquinaria y equipo             | \$ 109,24           |                     | \$ 109,24           |                     |
| Vajilla o menaje                | \$ 411,48           |                     | \$ 559,81           |                     |
| Depreciación vehículo           | \$ 2.520,00         |                     | \$ 2.520,00         |                     |
| Herramientas                    | \$ 230,27           |                     | \$ 268,58           |                     |
| Muebles y Enseres               | \$ 41,11            |                     | \$ 41,11            |                     |
| <b>GASTOS FINANCIEROS</b>       | <b>\$ 1.918,60</b>  | <b>\$ 0,00</b>      | <b>\$ 299,85</b>    | <b>\$ 0,00</b>      |
| Amortización de activo diferido | \$ 299,85           |                     | \$ 299,85           |                     |
| Intereses préstamo              | \$ 1.618,75         |                     |                     |                     |
| <b>OTROS GASTOS</b>             | <b>\$ 7.500,00</b>  |                     |                     |                     |
| Amortización préstamo           | \$ 7.500,00         |                     |                     |                     |
| <b>TOTAL DE COSTO</b>           | <b>\$ 49.251,92</b> | <b>\$ 31.952,05</b> | <b>\$ 46.795,79</b> | <b>\$ 37.624,38</b> |

FUENTE: Cuadro nro. 70

ELABORACIÓN: La Autora

## PUNTO DE EQUILIBRIO

Para todo proyecto de inversión el punto de equilibrio permite determinar el nivel de producción que tendrá que realizar la empresa para cubrir los costos totales, es decir es en donde la empresa no tiene ni pérdidas ni ganancias.

## CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

Al punto de equilibrio se lo obtiene de la clasificación de costos fijos y variables

### AÑO 1 MATEMATICAMENTE EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

$$PE = \frac{\text{Costo fijo total}}{\text{Ventas totales} - \text{Costo variable total}} \times 100$$

$$PE = \frac{\$ 49.251,92}{\$ 97.444,77 - \$ 31.952,05} \times 100$$

$$PE = \frac{\$ 49.251,92}{\$ 65.492,72} \times 100$$

$$PE = 75,20 \%$$

## ANÁLISIS

La empresa de Catering, para llegar al punto de necesita producir el 75,20% de su capacidad instalada.

**EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS**

$$PE = \frac{\text{Costo fijo total}}{1 - \frac{\text{Costo variable total}}{\text{Ventas totales}}}$$

$$PE = \frac{\$ 49.251,92}{1 - \frac{\$ 31.952,05}{\$ 97.444,77}}$$

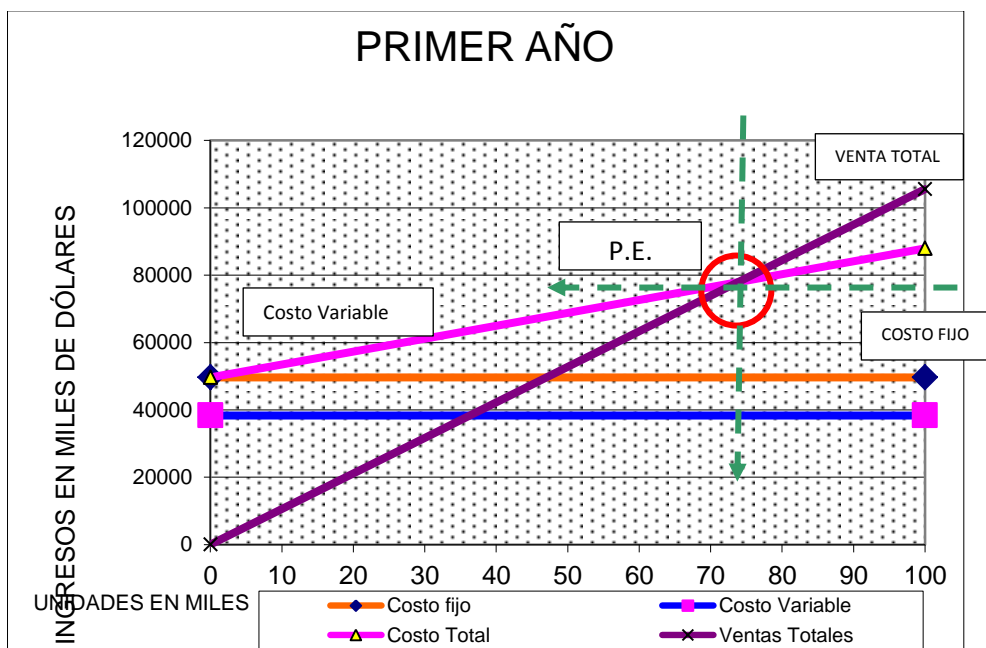
$$PE = \frac{\$ 49.251,92}{1 - 0,327899091}$$

**PE= \$ 73.280,55**

**ANÁLISIS**

En función de las ventas la empresa de Catering, deberá vender \$ 73.280,55 valor con el cual estará cubriendo los costos de producción, debiendo tomar en cuenta que sobre esa cantidad la empresa empezará a obtener ganancias.

**GRÁFICO 37**



## QUINTO AÑO

El cálculo del punto de equilibrio es el balance que existe entre las compras y las ventas, en donde no existe utilidad para la empresa.

### AÑO 5 MATEMATICAMENTE EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

$$PE = \frac{\text{Costo fijo total}}{\text{Ventas totales} - \text{Costo variable total}} \times 100$$

$$PE = \frac{\$ 46.795,79}{\$ 101.304,21 - \$ 37.624,38} \times 100$$

$$PE = \frac{\$ 46.795,79}{\$ 63.679,82} \times 100$$

**PE= 73,49 %**

### ANÁLISIS

La empresa de Catering, para llegar al punto de necesita producir el 73,49 % de su capacidad instalada.

### PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

#### EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

$$PE = \frac{\text{Costo fijo total}}{1 - \frac{\text{Costo variable total}}{\text{Ventas totales}}}$$

$$PE = \frac{\$ 46.795,79}{1 - \frac{\$ 37.624,38}{\$ 101.304,21}}$$

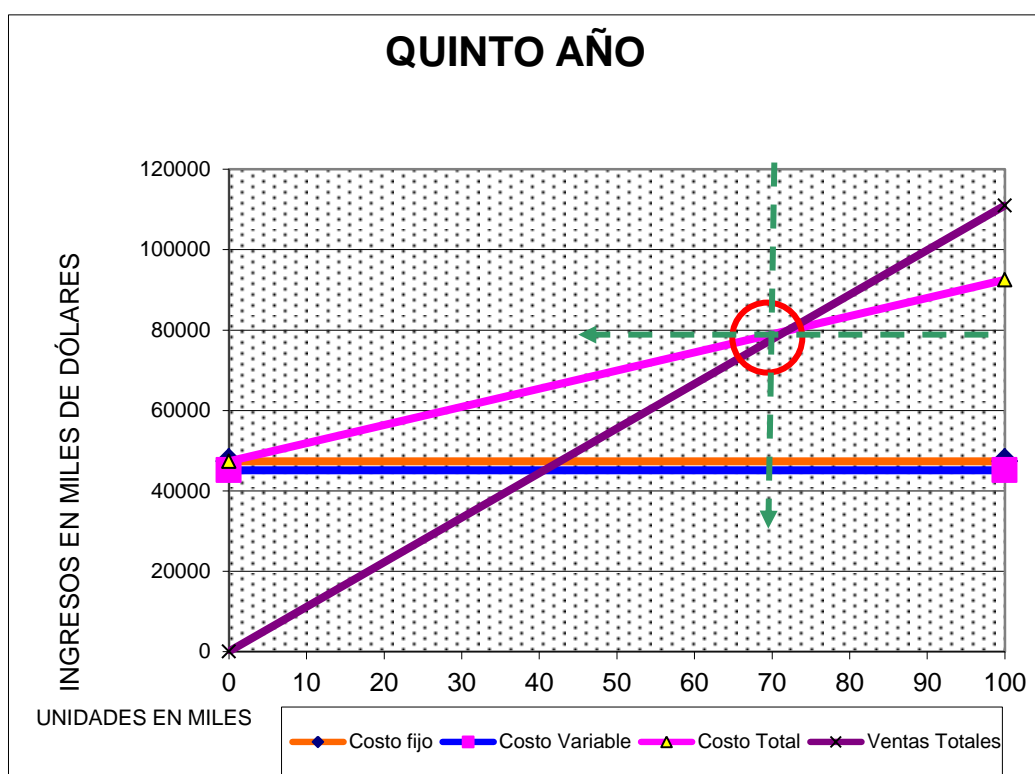
$$PE = \frac{\$ 46.795,79}{0,371400001}$$

**PE= \$ 74.444,46**

## ANÁLISIS

En función de las ventas la empresa de Catering, deberá vender \$74.444,46 valor con el cual estará cubriendo los costos de producción, debiendo tomar en cuenta que sobre esa cantidad la empresa empezará a obtener ganancias.

GRÁFICO 38



## EVALUACIÓN FINANCIERA

Desde el punto de vista empresarial la evaluación financiera, permite determinar la viabilidad financiera del proyecto o, en donde dará para los inversionistas, la alternativa de rentabilidad suficiente para poder tomar decisiones adecuadamente.

## FLUJO DE CAJA

El flujo de caja permite determinar las necesidades de efectivo de toda la empresa durante la vida útil del proyecto, es decir permite cubrir todos los requerimientos de efectivo de la nueva empresa.

**CUADRO NRO. 73**  
**FLUJO DE CAJA**

| PERIODOS                          | AÑO 1               | AÑO 2               | AÑO 3               | AÑO 4               | AÑO 5               |
|-----------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Ingreso por ventas                | \$ 97.444,77        | \$ 99.599,79        | \$ 93.556,88        | \$ 97.348,12        | \$ 101.304,21       |
| (+) Valor residual                | \$ 0,00             | \$ 91,44            | \$ 106,66           | \$ 166,51           | \$ 124,40           |
| (-) Costo total                   | \$ 81.203,97        | \$ 82.999,82        | \$ 77.964,07        | \$ 81.123,43        | \$ 84.420,17        |
| (=) Utilidad bruta en ventas      | \$ 16.240,79        | \$ 16.691,40        | \$ 15.699,47        | \$ 16.391,20        | \$ 17.008,44        |
| (-) 15% utilidad a trabajadores   | \$ 2.436,12         | \$ 2.503,71         | \$ 2.354,92         | \$ 2.458,68         | \$ 2.551,27         |
| (=) Utilidad antes de impto rta   | \$ 13.804,68        | \$ 14.187,69        | \$ 13.344,55        | \$ 13.932,52        | \$ 14.457,17        |
| (-) 25% de impuesto a la renta    | \$ 3.451,17         | \$ 3.546,92         | \$ 3.336,14         | \$ 3.483,13         | \$ 3.614,29         |
| (=) Utilidad líquida de ejercicio | \$ 10.353,51        | \$ 10.640,77        | \$ 10.008,41        | \$ 10.449,39        | \$ 10.842,88        |
| (+) Depreciaciones                | \$ 3.539,52         | \$ 3.539,52         | \$ 3.607,99         | \$ 3.679,26         | \$ 3.759,12         |
| (+) Amortizaciones                | \$ 299,85           | \$ 299,85           | \$ 299,85           | \$ 299,85           | \$ 299,85           |
| <b>FLUJO NETO</b>                 | <b>\$ 14.192,88</b> | <b>\$ 14.480,14</b> | <b>\$ 13.916,26</b> | <b>\$ 14.428,50</b> | <b>\$ 14.901,85</b> |

FUENTE: Cuadros nro.64,65 66, 69,70

ELABORACIÓN: La Autora

## VALOR ACTUAL NETO

Toda inversión es el cambio entre gastos presentes e ingresos futuros, una forma de medir éste cambio exige una actualización, para calcular el van se trabajó con una tasa de oportunidad del 14 %, que es la tasa de oportunidad

actual del mercado.

Para calcular el **VAN** se hace necesario la aplicación de la siguiente fórmula:

$$\text{VAN} = \text{Sumatoria del VAN} - \text{Inversión inicial}$$

**CUADRO NRO. 74**  
**VALOR ACTUAL NETO**

| <b>PERIODO</b>                             | <b>FLUJO NETO</b> | <b>FACTOR ACTUALIZACION 14%</b> | <b>VALOR ACTUALIZADO</b> |
|--|-------------------|---------------------------------|--------------------------|
| 0  | 27.008            |                                 |                          |
| 1  | 14.192,88         | 0,877192982                     | 12.449,90                |
| 2  | 14.480,14         | 0,769467528                     | 11.142,00                |
| 3  | 13.916,26         | 0,674971516                     | 9.393,08                 |
| 4  | 14.428,50         | 0,592080277                     | 8.542,83                 |
| 5  | 14.901,85         | 0,519368664                     | 7.739,55                 |
| <b>Sumatoria valor actualizado</b>         |                   |                                 | <b>49.267,36</b>         |
| Inversión                                  |                   |                                 | 27.008                   |
| Reinversión 3 <sup>o</sup> , 4to y 5to año |                   |                                 | 3.975,68                 |
| <b>VAN AL 16%</b>                          |                   |                                 | <b>18.284,17</b>         |

FUENTE: Cuadro Nro. 62 y 73

ELABORACIÓN: La Autora

Si el **VAN** es positivo cómo en éste caso se acepta el proyecto, ya que esto indica que la inversión inicial del proyecto aumentará.

### **TASA INTERNA DE RETORNO**

Es la tasa más alta que un inversionista podría pagar sin perder dinero. Para poder calcularlo se ha tomado una tasa mínima y una tasa máxima, lo que hace que el resultado sea negativo y permita obtener los valores del **VAN**



menor y mayor necesarios para obtener la **TIR**.

**CUADRO NRO. 75  
TASA INTERNA DE RETORNO**

| PERIODO | FLUJO NETO | 36,4%                    | VAN MENOR        | 36,9%                      | VAN MAYOR        |
|---------|------------|--------------------------|------------------|----------------------------|------------------|
|         |            | FACTOR ACTUALIZACIÓN     |                  | FACTOR ACTUALIZACIÓN       |                  |
|         |            | 36,40%                   |                  | 36,894%                    |                  |
| 0       | 27.008     |                          |                  |                            |                  |
| 1       | 14.192,88  | 0,73313783               | 10.405,34        | 0,730513551                | 10.368,09        |
| 2       | 14.480,14  | 0,537491078              | 7.782,95         | 0,533650048                | 7.727,33         |
| 3       | 13.916,26  | 0,394055042              | 5.483,77         | 0,389838592                | 5.425,09         |
| 4       | 14.428,50  | 0,288896659              | 4.168,34         | 0,284782374                | 4.108,98         |
| 5       | 14.901,85  | 0,211801069              | 3.156,23         | 0,208037383                | 3.100,14         |
|         |            | <b>Valor actualizado</b> | <b>30.996,63</b> | <b>Valor actualizado</b>   | <b>30.729,64</b> |
|         |            | Inversión                | 27.007,51        | Inversión                  | 27.007,51        |
|         |            | Reinversión 3,4 y 5 años | 3.975,68         | Reinversión 3, 4 y 5to año | 3.975,68         |
|         |            | <b>VAN MENOR</b>         | <b>13,44</b>     | <b>VAN MAYOR</b>           | <b>-53,55</b>    |

FUENTE: Cuadro 73

ELABORACIÓN: La Autora

$$TIR = T_m + D_t \frac{VAN \text{ menor}}{(VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor})}$$

$$TIR = 36,40\% + 0,20 \frac{13,44}{266,99}$$

$$TIR = 36,42\%$$

En donde se demuestra que la **TIR** es mayor que la tasa de interés del crédito y por lo tanto se acepta el proyecto.

**PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL**

El periodo de recuperación del capital permite determinar el tiempo, es decir los años, meses y días en los que se recuperará la inversión inicial del

proyecto; para lo que se hace necesario tomar en cuenta los flujos que genera el proyecto durante su vida útil, lo que se demuestra en el siguiente procedimiento.

**CUADRO NRO. 76**

| PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN |           |                    |                 |
|---|-----------|--------------------|-----------------|
| Periodo                                 | Inversión | Flujo neto de caja | Flujo acumulado |
| 0                                       | 27.008    |                    |                 |
| 1                                       |           | 14.192,88          | 14.192,88       |
| 2                                       |           | 14.480,14          | 28.673,03       |
| 3                                       | 1.066,56  | 13.916,26          | 42.589,28       |
| 4                                       | 1.665,09  | 14.428,50          | 57.017,78       |
| 5                                       | 1.244,03  | 14.901,85          | 71.919,63       |

FUENTE: Cuadro nro. 62 y 73

ELABORACIÓN: La Autora

$$RI = a + \frac{(b - c)}{d}$$

**DONDE:**

**a** = Año inmediato anterior en que se recupera la inversión.

**b** = Inversión Inicial

**c** = Flujo de Efectivo Acumulado del año inmediato anterior en el que se recupera la inversión.

**d** = Flujo de efectivo del año en el que se recupera la inversión.

$$PRI = 1 + \frac{30.983,19 - 28.673,03}{13.916,26}$$

$$PRI = 2,1660$$

$$PRI = \mathbf{2,1660} \qquad \mathbf{2 \text{ AÑOS}}$$

$$PRI = 0,1660 \times 12 = 1,9921 = \mathbf{1 \text{ MES}}$$

$$PRI = 0,9921 \times 30 = 29,763 = \mathbf{29 \text{ DÍAS}}$$

Esto indica que la inversión se recuperará en 2 años 1 mes y 29 días.

## RELACIÓN BENEFICIO COSTO

Este no es un indicador de rentabilidad, sino más aquel que en función de los costos indica los posibles ingresos que tendrá el proyecto.

CUADRO NRO. 77

| RELACIÓN BENEFICIO-COSTO       |                           |                     |                   |                            |                     |                     |
|--------------------------------|---------------------------|---------------------|-------------------|----------------------------|---------------------|---------------------|
| PER<br>IOD<br>O                | ACTUALIZACION COSTO TOTAL |                     |                   | ACTUALIZACION INGRESOS     |                     |                     |
|                                | COSTO ORIGINAL            | FACT. ACTUALIZACION | COSTO ACTUALIZADO | INGRESO                    | FACT. ACTUALIZACION | INGRESO ACTUALIZADO |
|                                |                           | 14%                 |                   |                            | 14%                 |                     |
| 1                              | 81.203,97                 | 0,87719298          | 71.231,55         | 97.444,77                  | 0,87719298          | 85.477,86           |
| 2                              | 82.999,82                 | 0,76946753          | 63.865,67         | 99.599,79                  | 0,76946753          | 99.599,79           |
| 3                              | 77.964,07                 | 0,67497152          | 52.623,52         | 93.556,88                  | 0,67497152          | 93.556,88           |
| 4                              | 81.123,43                 | 0,59208028          | 48.031,59         | 97.348,12                  | 0,59208028          | 97.348,12           |
| 5                              | 84.420,17                 | 0,51936866          | 43.845,19         | 101.304,21                 | 0,51936866          | 101.304,21          |
| <b>TOTAL COSTO ACTUALIZADO</b> |                           |                     | <b>279.597,52</b> | <b>INGRESO ACTUALIZADO</b> |                     | <b>477.286,86</b>   |

$$R B/C = \frac{\text{INGRESO TOTAL ACTUALIZADO}}{\text{COSTO TOTAL}} - 1$$

$$R B/C = \frac{477.286,86}{279.597,52}$$

$$R B/C = 1,71 - 1 = 0,71$$

FUENTE: Cuadro 69 y 70  
ELABORACIÓN: La Autora

Se puede decir también que éste indicador se lo obtiene de la relación que existe entre los costos y los ingresos actualizados, lo que se demuestra por medio del siguiente procedimiento.

Este es un indicador favorable para que el proyecto sea aceptado, debido a

que por cada dólar de deuda la empresa tiene como utilidad o ganancia 71 centavos.

### **ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD**

La sensibilidad permite determinar los cambios que se pueden presentar en la economía del país por efectos de la inflación, lo que afecta tanto en las compras que tendrá que realizar la empresa de catering, para poder prestar el servicio como en los ingresos que pueda tener la empresa durante la vida útil que en éste caso será de cinco años.

**CUADRO NRO. 78**  
**ANALISIS DE SENSIBILIDAD CON UN INCREMENTO DEL 5,26% DE LOS COSTOS**

| PERIODO | COSTO TOTAL ORIGINAL | COSTO TOTAL ORIGINAL<br>5,26% | INGRESO TOTAL ORIGINAL | ACTUALIZACION |            |             |             |               |
|---------|----------------------|-------------------------------|------------------------|---------------|------------|-------------|-------------|---------------|
|         |                      |                               |                        | FLUJO NETO    | 27,00%     | VAN MENOR   | 27,09%      | VAN MAYOR     |
|         |                      |                               |                        |               | FACT. ACT. |             | FACT. ACT.  |               |
| 0       |                      |                               |                        |               |            | -27.007,51  |             | -27.007,51    |
| 4       |                      |                               |                        |               |            | -3.975,68   |             | -3.975,68     |
| 1       | 81.203,97            | 85.474,81                     | 97.444,77              | 11.969,95     | 0,78740157 | 9425,16     | 0,786843969 | 9418,48499    |
| 2       | 82.999,82            | 87.365,12                     | 99.599,79              | 12.234,67     | 0,62000124 | 7585,51     | 0,619123431 | 7574,772051   |
| 3       | 77.964,07            | 82.064,51                     | 93.556,88              | 11.492,37     | 0,48818995 | 5610,46     | 0,487153538 | 5598,549323   |
| 4       | 81.123,43            | 85.390,04                     | 97.348,12              | 11.958,08     | 0,38440154 | 4596,70     | 0,383313823 | 4583,697691   |
| 5       | 84.420,17            | 88.860,17                     | 101.304,21             | 12.444,04     | 0,30267838 | 3766,54     | 0,30160817  | 3753,224128   |
|         |                      |                               |                        |               |            | <b>1,19</b> |             | <b>-54,46</b> |

FUENTE: Cuadro 62 y 77

ELABORACIÓN: La Autora

$$NTIR = T_m + D_t \left( \frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}} \right) = 54 + 1 \left( \frac{1,19}{55,65} \right) = \mathbf{0,27}$$

$$\text{Diferencias TIR} = Tir \text{ Proyecto} - Nueva Tir = 0,3642 - 0,27 = 0,09$$

$$\text{Porcentaje de variación} = Diferencia. Tir / Tir \text{ del proyecto} = 0,09 / 0,36 = 0,26$$

$$\text{Sensibilidad} = Porcentaje \text{ de variación} / Nueva Tir = 0,26 / 0,27 = \mathbf{0,95805}$$

Este indicador permite al inversionista prepararse a futuros cambios que pueden darse en la economía del país, el proyecto soporta un incremento en los costos del 6 %

CUADRO NRO. 79

## ANALISIS DE SENSIBILIDAD CON UNA DISMINUCIÓN DEL 12% EN LOS INGRESOS

| PERIODO | COSTO TOTAL ORIGINAL | INGRESO TOTAL ORIGINAL | INGRESO DISMINUIDO EN UN<br>2,89% | ACTUALIZACION |                 |              |                 |               |
|---------|----------------------|------------------------|-----------------------------------|---------------|-----------------|--------------|-----------------|---------------|
|         |                      |                        |                                   | FLUJO NETO    | 32,90%          | VAN MAYOR    | 33,0%           | VAN MENOR     |
|         |                      |                        |                                   |               | FACT. ACTUALIZ. |              | FACT. ACTUALIZ. |               |
| 0       |                      |                        |                                   |               |                 | -27.007,51   |                 | -27.007,51    |
|         |                      |                        |                                   |               |                 | -3.975,68    |                 | -3.975,68     |
| 1       | 81.203,97            | 97.444,77              | 94.628,61                         | 13.424,64     | 0,75244545      | 10101,31     | 0,751879699     | 10093,71467   |
| 2       | 82.999,82            | 99.599,79              | 96.721,35                         | 13.721,53     | 0,56617415      | 7768,78      | 0,565323082     | 7757,098046   |
| 3       | 77.964,07            | 93.556,88              | 90.853,09                         | 12.889,02     | 0,42601516      | 5490,92      | 0,425054949     | 5478,541555   |
| 4       | 81.123,43            | 97.348,12              | 94.534,76                         | 13.411,33     | 0,32055317      | 4299,04      | 0,319590187     | 4286,128202   |
| 5       | 84.420,17            | 101.304,21             | 98.376,52                         | 13.956,34     | 0,24119877      | 3366,25      | 0,240293374     | 3353,616738   |
|         |                      |                        |                                   |               |                 | <b>43,11</b> |                 | <b>-14,09</b> |

FUENTE: Cuadro NRO.62 y 78

ELABORACIÓN: La Autora

$$NTIR = T_m + D_t \left( \frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}} \right) 0,3 + 1 \left( \frac{43,11}{57,20} \right) = 33\%$$

$$Diferencias \ TIR = Tir \ Proyecto - Nueva \ TIR = 0,3642 - 0,33 = 0,12$$

$$Porcentaje \ de \ variación = Diferencia. \ TIR / TIR \ del \ proyecto = 0,12 / 0,3642 = 0,33$$

$$Sensibilidad = Porcentaje \ de \ variación / Nueva \ TIR = 0,33 / 0,33 = 0,99907$$

Este indicador prepara al inversionista para situaciones en las que se pueda dar la presencia de competencia desleal y por lo tanto para mejorar su posicionamiento en el mercado se vea en la necesidad de disminuir sus ingresos, el proyecto soporta una disminución del 2,89%.

## h) CONCLUSIONES

- ❖ Los resultados obtenidos en el estudio de mercado muestran una reacción positiva de la gente hacia la propuesta de creación de una empresa de servicios de catering y eventos en dicha ciudad con una demanda insatisfecha de 164.308 servicios, además se pudo determinar los gustos y preferencias de los habitantes del sector, para que la nueva empresa se ajuste a sus necesidades.
- ❖ Con el estudio de mercado se ha definido las características del servicio que se va a ofrecer, así como los precios que sean competitivos y accesibles para los clientes.
- ❖ Para el primer año de vida útil del proyecto se trabajará con una capacidad instalada del 75% con un total de 28.800 servicios al año.
- ❖ La razón social de la empresa será PACHAMAMA COCINA CREATIVA CÍA. LTDA.
- ❖ El proyecto de Catering, requerirá de una inversión de \$27.008, lo que será cubierto el 44,46% con dinero propio de los inversionistas y el 55,54% del capital requerirá de financiamiento externo, para lo que solicitará un crédito de \$15.000 en el Banco Nacional de Fomento del cantón a dos años plazo.
- ❖ La empresa de Catering, para llegar al punto de necesita producir el 75,20% de su capacidad instalada en el primer año y vender un total de **\$73.280,55**
- ❖ Se considera que el proyecto es posible la implementación ya que

el estado de pérdidas y ganancias refleja un superávit de \$9.318,16 para el primer año.

- ❖ El Estudio Financiero demostró por medio de Estados de Pérdidas y Ganancias y Flujos de Caja del Inversionista que la propuesta es factible ya que muestra una utilidad desde el primer año.
- ❖ El **VAN** del proyecto es positiva lo que indica que se acepta, debido a que la inversión inicial del proyecto se incrementará a partir del primer año el mismo que es de **18. 284,17**
- ❖ La **TIR**, es de **36,42%** es mayor a la tasa con la que solicitará el crédito por lo tanto el proyecto se acepta
- ❖ En el periodo de recuperación de la inversión; La inversión inicial del proyecto se recuperará en 2 años, 1 mes y 29 días
- ❖ En la relación beneficio costo se ha determinado que por cada dólar invertido la empresa tendrá 0,71 centavos de ganancia.
- ❖ En el análisis de sensibilidad el proyecto soporta un incremento de costos del 5,26% y una disminución de los ingresos del 2,89%.



**i) RECOMENDACIONES**

- ❖ El mejoramiento continuo de la empresa es muy importante para mantenerse en el tiempo, es imprescindible para la nueva empresa actualizarse de acuerdo a las nuevas tendencias culinarias y de servicios que se de en el medio.
- ❖ El cliente es el pilar fundamental de todo negocio por lo que se debe estar pendiente de sus gustos y preferencias, ya que mantenerlo satisfecho es tarea de todos los que forman parte de la empresa.
- ❖ Cambiar el menú periódicamente con el fin de mantener novedad y variedad de platos.
- ❖ Revisar periódicamente el mercado y sus tendencias con el fin de prepararse a los cambios que se puedan presentar para introducir nuevos servicios que vayan a satisfacer de mejor manera las necesidades de los clientes.
- ❖ Se recomienda a los inversionistas la implementación del proyecto, en vista de que los indicadores financieros analizados y calculados permiten determinar que es posible la implementación del antes mencionado proyecto.

## j) BIBLIOGRAFÍA

- SAPAG CHAIN. Nassier, *Preparación y Evaluación de Proyectos*. Tercera Edición, Mexico, Mc Graw Hill, 2005, Págs. 439.
- KOTLER. Philip, *Dirección de Marketing*, Segunda Edición , USA. San Francisco, Pear Education, 2008, Págs. 238
- MENESES, Eriberto, *Preparación y Evaluación De Proyectos*. Segunda Edición, Chile, 2000, Pags.420
- Según STANTON, W, *Fundamentos de marketing*, Undécima Edición. Mexico, 2000, (Págs. 198)
- COGEN, Hernesto, *Evaluación de Proyectos de Inversión*, Séptima edición 2006, Mexico, Págs. 280)
- **BACA**, Gabriel, *Evaluación de Proyectos*, Buenos aires, Tercera Edición, 2007 (pág. 134)
- CÓRDOBA. Marcial. *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Sexta Edición. Bogotá, Año 2009. (Págs.398)

## LINKS

- <http://www.gestiopolis.com/recursos3/docs/mar/estmktpref.htm>
- [http://books.google.com.ec/books?id=BvUdxT0rJewC&printsec=frontcover&dq=servicios+de+catering&hl=es&sa=X&ei=Smt3Ub\\_KHITO9ATntoGABw&ved=0CDgQ6AEwAA#v=onepage&q=servicios%20de%20catering&f=false](http://books.google.com.ec/books?id=BvUdxT0rJewC&printsec=frontcover&dq=servicios+de+catering&hl=es&sa=X&ei=Smt3Ub_KHITO9ATntoGABw&ved=0CDgQ6AEwAA#v=onepage&q=servicios%20de%20catering&f=false)

- <http://books.google.com.ec/books?id=plS1QnFYt5IC&printsec=frontcover&dq=evaluaciond+eproyectos&hl=es&sa=X&ei=aGt3UYiAFoHM9ATSplHwCA&ved=0CDIQ6AEwAA>
- [www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/.../ManualProy.doc](http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/.../ManualProy.doc)

**k) ANEXOS****ANEXO 1 FICHA RESUMEN DEL PROYECTO APROBADO****a. TEMA.**

***"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE CATERING PARA EL CANTÓN LA JOYA DE LOS SACHAS PROVINCIA DE ORELLANA"***

**b. PROBLEMÁTICA**

La dieta de los ecuatorianos y otros factores ligados a sus estilos de vida determinan altos índices de enfermedades crónicas no transmisibles, seis de ellas están entre las diez primeras causas de morbilidad general; a pesar de que el Ecuador es capaz de producir alimentos para cubrir con todas las demandas alimenticias de la población tanto internas como externas no todos los ecuatorianos gozan de una seguridad alimentaria, por ejemplo tres de cada diez niños menores de cinco años sufren de desnutrición, entre las seis principales causas de muerte de niños menores de cinco años están asociados al crecimiento fetal lento y a la desnutrición calórico – proteica.

Se ha comprobado que no existe un sistema adecuado de comercialización que oferte los alimentos básicos a precios competitivos y accesibles para la población en general que permita evitar problemas alimenticios, existe un acceso inequitativo a los alimentos y su repercusión sobre el estado nutricional entre los diferentes sectores y estratos sociales. Es importante promover estilos

de vida saludables y dietas balanceadas que provean la energía y nutrientes a la población sin llegar al consumo excesivo en ciertos grupos de la misma.

El cantón Joya de los Sachas no queda excluido de los grandes problemas que enfrenta la sociedad por la mala alimentación; actualmente existen en el mercado local empresas enfocadas en los diferentes giros de negocio, pero no específicamente al servicio de catering. La Joya de los Sachas es un cantón con mayor intensidad en la zona empresarial y caracterizada por apretados horarios de oficina que dejan muy poco tiempo al personal que labora en dichas organizaciones para preocuparse por sí mismos y tomarse su periodo de receso destinado a su alimentación además por la incomodidad de transportar su comida desde de su residencia a su lugar de trabajo

A lo anteriormente descrito se suma que el personal calificado y formado para ofrecer productos y servicios de calidad es muy difícil de encontrar en la zona, es necesario indicar también que las pocas empresas que ofrecen servicio de alimentación no cumplen con los niveles de calidad y los nutrientes necesarios en los productos que ofrecen, además su segmento de mercado es muy amplio.

En conclusión se puede mencionar que :

- En el cantón La Joya de los Sachas no existen empresas dedicadas a ofrecer servicio de catering.
- Dentro de la organizaciones existen apretados horarios de oficina que no permiten al personal contar con el tiempo necesario para trasladarse a

su domicilio para tomar su alimentación

- Las empresas que se dedican al expendio de comida no cumplen con los niveles de calidad y nutrientes en los productos que ofrecen.
- Las empresas que proveen alimentación a los habitantes no tienen segmentos definidos de mercado
- No existe mano de obra calificada para emprender en este tipo de empresa.

En base a los problemas antes descritos se puede mencionar que la ***falta de una empresa de prestación de servicios de catering en el cantón la Joya de los Sachas ha limitado satisfacer las necesidades de alimentación con altos estándares nutricionales y de calidad para el personal de empresas públicas y privadas.***

### **c. OBJETIVOS**

#### **1. OBJETIVO GENERAL**

Determinar la factibilidad *para la creación de una empresa de prestación de Servicios de Catering para el cantón la Joya de los Sachas, provincia de Orellana.*

#### **2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Realizar un estudio de mercado que permita determinar la oferta y demanda al cual se encuentra dirigido el giro de la empresa
- Elaborar el estudio técnico del proyecto que permita establecer el tamaño, localización e ingeniería del proyecto.

- Realizar un estudio administrativo y legal que proporcione las bases sobre las cuales funcionará la empresa.
- Desarrollar un estudio económico que permita conocer el monto de inversión en los recursos necesarios para la puesta en marcha del proyecto
- Evaluar el proyecto a través de indicadores financieros como el VAN, TIR, PRC, RB/C, A.S, con el propósito de conocer el impacto en la rentabilidad de la empresa.

#### **e) METODOLOGÍA**

### **MÉTODOS Y TÉCNICAS**

En la presente investigación se hará uso de métodos y aplicación de técnicas de investigación para cumplir con los objetivos propuestos.

### **MÉTODOS**

“Ante todo se debe reconocer que no puede existir ciencia sin método, puesto que la ciencia es primordialmente investigación”.

Los métodos que se utilizarán son descritos a continuación:

### **MÉTODO CIENTÍFICO.**

Su finalidad es recopilar información y comprobar ideas. Dentro del trabajo investigativo, este método se utilizara para la aplicación de técnicas de investigación científica como son la observación, la encuesta y entrevista. La misma que permitirá la recolección, organización y procesamiento de los datos.

**MÉTODO DEDUCTIVO.**

Se basa en la recopilación de la información de lo general a lo particular. Este método se lo utilizará en el análisis de todos los aspectos relacionados al estudio de mercado para determinar la demanda y oferta del producto y servicio que se pretende colocar en el mercado.

**MÉTODO INDUCTIVO.**

Se basa en la recopilación de información de lo particular a lo general. Es el razonamiento que, partiendo de casos particulares, se eleva a conocimientos generales. La utilización de este método permitirá realizar las conclusiones de cada uno de los estudios abordados en la investigación .

**MÉTODO ESTADÍSTICO.**

Consiste en una secuencia de procedimientos para el manejo de los datos cualitativos y cuantitativos de investigación. Por medio de este método se realizará la tabulación, análisis e interpretación de los resultados obtenidos en la encuesta dirigida a los posibles clientes.

**MÉTODO ANALÍTICO.**

Consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. Con este método se pretende realizar un análisis acerca de la problemática existente, en torno al problema para luego sintetizarlas en base a los datos obtenidos.

**TÉCNICAS**

Se trabajará con las siguientes técnicas:



### **OBSERVACIÓN DIRECTA.**

Consiste en observar atentamente el hecho o casos que ayudarán a tomar la información y registrarla para su posterior análisis. Por medio de esta técnica se realizará un sondeo acerca de la existencia de empresas que ofrecen servicio de catering.

### **ENCUESTA.**

La encuesta es uno de las técnicas más utilizados en la investigación de mercados porque permite obtener amplia información de fuentes primarias, mediante un cuestionario previamente elaborado, a través del cual se determinará la aceptabilidad del producto. La encuesta será aplicada a los empleados de instituciones públicas y privadas del cantón la Joya de los Sachas

### **POBLACIÓN.**

Para el estudio se ha seleccionado el cantón la Joya los Sachas, provincia de Orellana, lugar donde se realizará el estudio pertinente para la creación de servicio de catering. Para el estudio se ha tomado un total de 1385 empleados públicos y privados que representa la población los mismos que laboran en las diferentes empresas públicas y privadas fuente obtenida del Ministerio de Relaciones Labores.

| EMPRESAS DEL CANTÓN LA JOYA DE LOS SACHAS                         |                     |                                 |                     |
|---|---------------------|---------------------------------|---------------------|
| PÚBLICA   | NÚMERO DE EMPLEADOS | PRIVADA                         | NÚMERO DE EMPLEADOS |
| MINISTERIO DE RELACIONES LABORALES                                | 30                  | CONSORCIO LA JOYA DE LOS SACHAS | 90                  |
| MIES  | 45                  | ORIENTOIL                       | 250                 |
| GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL LA JOYA DE LOS SACHAS | 250                 | ORIENTOFLUVIAL                  | 120                 |
| PATRONATO DE SERVICIO SOCIAL DE LA JOYA DE LOS SACHAS             | 40                  | SACHABRAS                       | 60                  |
| REGISTRO CIVIL  | 15                  | SACHATECNOLOGY                  | 80                  |
|   |                     | FRONTERAMAS                     | 80                  |
|   |                     | PETROBRAS                       | 200                 |
|   |                     | BANCO DEL PICHINCHA             | 15                  |
|   |                     | TRANSPORTE CABRERA              | 60                  |
|   |                     | TRANSPORTES LA JOYA             | 50                  |
| <b>TOTAL</b>  | <b>380</b>          |                                 | <b>1005</b>         |

FUENTE: MINISTERIO DE RELACIONES LABORALES

ELABORACIÓN: LA AUTORA

**MUESTRA.**

$$n = \frac{N}{1 + e^2 N}$$

Donde:

$n$  = Tamaño de la muestra.

$N$  = Tamaño total de la población

$E$  = Error máximo permisible para la estimación del

Reemplazando cada uno de los valores obtenidos se tiene:

$$n = \frac{1385}{1 + (0,05)^2 1385}$$

$$n = \frac{1385}{1 + 3,4625}$$

$$n = \frac{1385}{4,4625}$$

$$n = 310,4$$

**$n = 310$  encuestas**

Esto significa que se necesita una muestra de 310 empleados del cantón la Joya de los Sachas, provincia de Orellana.

## **ANEXO 2 FORMATO DE ENCUESTA PARA DETERMINAR LA DEMANDA**

- 1. ¿En qué horarios usualmente usted tiene acceso a estos medios publicitarios?**
- 2. ¿Qué medio publicitario le parece más adecuado para dar a conocer los servicios de la nueva empresa?**
- 3. ¿Qué promociones le gustaría que la nueva empresa de Catering ofrezca?**
- 4. ¿Qué características diferenciadoras busca usted en productos y servicios de esta clase?**
- 5. ¿Qué tipo de comida le gustaría que oferte una empresa que preste este tipo de servicio?.**
- 6. ¿Si se creara una empresa de servicios de catering en el cantón Joya de los Sachas que preste estos servicios de alimentación cumpliendo con todas las exigencias de nutrición diarias en su mismo lugar de trabajo, haría uso de este servicio?**
- 7. ¿Sabe Ud. de alguna empresa de servicios de Catering el cantón Joya de los Sachas?**
- 8. ¿Con que frecuencia contrata el servicio de alimentación en el siguiente rango?**
- 9. ¿Cuánto paga por el servicio de alimentación que Ud. Utiliza?**
- 10. ¿Qué opina de la calidad del servicio de alimentación que adquiere?**

- 11. ¿Dónde usted almuerza, que es lo que más le llama la atención en el servicio de alimentación?**
- 12. Durante la hora de descanso donde acostumbra comer diariamente.**
- 13. De acuerdo a que rango se sitúan sus ingresos.**

### **ANEXO 3 FORMATO DE ENCUESTA PARA DETERMINAR LA OFERTA**

- 1. ¿Realiza publicidad para dar a conocer los productos de su restaurante?**
- 2. ¿Ofrece Ud. promociones a sus clientes?**
- 3. ¿Cuál es el precio al que vende Ud. los almuerzos?**
- 4. ¿Cuántos almuerzos vende diariamente?**
- 5. ¿En su restaurante Ud. vende almuerzos?**

## ANEXO 4

### ALTERNATIVAS DE MENÚ PARA UN MES DE SERVICIO DE KATERING.

(Almuerzos empleados públicos y privados; 109 platos diarios, cantidad en libras)

### SEMANA 1

| DETALLE           | LUNES   | MARTES   | MIÉRCOLES  | JUEVES                                | VIERNES  |
|-------------------|---|--|--|---------------------------------------|--|
| <b>SOPA</b>       | Sopa de Lenteja / fideo<br>6 lib. de lenteja / 7 lib. de fideo<br>2 libras queso (para todas las sopas) \$3 aliño | Sopa de Quinoa/papa<br>6 Lib. de quinua /10 lib. de papa | Crema de espinaca<br>10 lib. de espinaca /10 lib papa              | Patacón 25<br>plátanos verdes grandes | Aguado de pollo 10 lib. de pollo en trocitos<br>5 lib de arroz<br>3 lib azúcar<br>3 lib arveja |
| <b>ARROZ</b>      | Arroz blanco 25libras   | Arroz blanco 25 libras                                   | Arroz blanco 25 libras   | Chaulafán 25 libras                   | Arroz blanco 25 libras   |
| <b>CARNE</b>      | Bistec de Hígado 20 libras  | Lomo salteado con legumbres 20 libras                    | Pollo Broster / menestra de lenteja 25 libras                      | Corvina apanada 20 libras             | Papas con cuero 20 lib de cuero y 25 de papa   |
| <b>GUARNICIÓN</b> | Yuca al vapor 20 libras   | Rodaja de Tomate 15 libras de tomate                     | Ensalada de lechuga y tomate 5 lechugas grandes 8 libras de tomate | Maduro frito 12 maduros grandes       | Ensalada de rábano   |
| <b>JUGO</b>       | Limonada 50 limones   | Quaker 3 libras  | Naranjilla 25 naranjillas  | Piñas 6 grandes                       | Naranjada 25 unidades  |
| <b>POSTRES</b>    | Helado  | Miel y queso   | Dulce de babaco  | Flan                                  | Gelatina   |

**SEMANA 2**

| <b>DETALLE</b>    | <b>LUNES</b>  | <b>MARTES</b>  | <b>MIÉRCOLES</b>  | <b>JUEVES</b>  | <b>VIERNES</b>   |
|-------------------|---|--|---|--|--|
| <b>SOPA</b>       | Caldo de bolas de verde 15 verdes y 10 libras de carne molida       | Crema de Zanahoria 15 libras de zanahoria 15 libras de papa              | Sopa de Morocho 10 libras de morocho y 15 libras de papa                  | Sopa de Plátano y arveja 20 plátanos y 10 libras arveja tierna | Sopa de Avena 4 libras de avena y 15 libras de papa 10 libras de hueso     |
| <b>ARROZ</b>      | Arroz blanco 25 libras  | Arroz blanco 25 libras   | Arroz blanco 25 libras  | Arroz blanco 25 libras   | Arroz blanco 25 libras   |
| <b>CARNE</b>      | Estofado de pollo 25 lib  | Guatita 25 libras panza res y 30 papa                                    | Carne frita 25 libras de carne  | Cebiche de pescado 25 libras                                   | Estofado de carne 25 libras  |
| <b>GUARNICIÓN</b> | Papa al perejil y rodaja de tomate 25 libras de papa y 10 de tomate | Ensalada de lechuga y tomate, aguacate 5 lechugas grandes y 20 aguacates | Ensalada de col morada con mayonesa 4 coles grandes y 1 litro de mayonesa | Patacones 20 plátanos semi maduros                             | Ensalada de zanahoria y remolacha 15 libras de cada una y mayonesa 1 litro |
| <b>JUGO</b>       | Papaya 5 grandes  | Babaco 6 grandes   | Sandia 4 grandes  | Limonada 50 limones  | Naranja 25 naranjas  |
| <b>POSTRES</b>    | Pastel  | Duraznos   | Dulce de leche y galleta  | Flan de zapallo  | Helado de frutas   |



**SEMANA 3**

| <b>DETALLE</b>    | <b>LUNES</b>  | <b>MARTES</b>  | <b>MIÉRCOLES</b>   | <b>JUEVES</b>  | <b>VIERNES</b>                     |
|-------------------|---|--|--|--|------------------------------------|
| <b>SOPA</b>       | Crema de Haba   | Sopa de acelga con queso   | Sopa de Fideo  | Sopa de Legumbres  | Locro de Papas                     |
| <b>ARROZ</b>      | Arroz blanco 25 libras  | Arroz blanco 25 libras   | Arroz moros 25 libras  | Arroz blanco 25 libras   | Arroz blanco 25 libras             |
| <b>CARNE</b>      | Chuleta 25 libras   | Pollo en salsa blanca 25 libras  | Carne apanada 20 libras  | Sudado de pescado 30 libras de pescado                           | Picante de Atún 20 atunes de 800gr |
| <b>GUARNICIÓN</b> | Llapingachos con ensalada de tomate 15 libras de papa y 10 libras de tomate | Ensalada de zanahoria con vainitas 10 libras de zanahoria y 10 libras de vainita | Ensalada de pepinillo y maduro frito 15 pepinos 15 maduros grandes | Ensalada de brócoli, tomate 5 brócoli grande 10 libras de tomate | Yuca frita 20 libras               |
| <b>JUGO</b>       | Melón 10 melones grandes  | Maracuyá 20 unidades   | Guanábana 8 unidades   | Mora 15 libras   | Tomate de árbol 20 unidades        |
| <b>POSTRES</b>    | Come y bebe   | Arroz con leche  | Empanaditas  | Braza de naranja   | Galletas de chocolate              |

**SEMANA 4**

| <b>DETALLE</b>    | <b>LUNES</b>   | <b>MARTES</b>  | <b>MIÉRCOLES</b>  | <b>JUEVES</b>   | <b>VIERNES</b>   |
|-------------------|--|--|---|---|--|
| <b>SOPA</b>       | Sancocho costeño<br>10 lib yuca<br>10 plátanos verdes y 10 libras de hueso carnudo | Caldo de menudencia<br>15 libras de menudencia             | Viche de pescado 25 libras de pescado                                 | Sopa de Macarrones 5 libras de macarrones                       | Repe blanco<br>75 guineos verdes, 15 libras de papa                            |
| <b>ARROZ</b>      | Arroz blanco<br>25 libras  | Arroz blanco<br>25 libras                                  | Arroz blanco<br>25 libras   | Arroz blanco<br>25 libras                                       | Arroz blanco<br>25 libras  |
| <b>CARNE</b>      | Pollo al horno<br>25 libras  | Churrasco 20 libras de carne, 50 huevos, 15 libras de papa | Carne a la plancha<br>25 libras de carne                              | Seco de chivo con cerveza<br>25 libras                          | Corvina Frita<br>25 libras   |
| <b>GUARNICION</b> | Ensalada de zanahoria, arveja y choclo   | Patacones<br>20 plátanos semi maduros                      | Ensalada de rábano con zanahoria 5 libras de rábano y 10 de zanahoria | Papa al vapor<br>20 libras de papa y 2 litros de salsa de queso | Curtido de cebolla<br>papas fritas<br>10 libras de cebolla y 10 libras de papa |
| <b>JUGO</b>       | Quaker   | Guayaba  | Babaco  | Mora  | Piña   |
| <b>POSTRES</b>    | Brazo gitano   | Biscocho de claras   | Hornazo de cabello de ángel   | Cup cake de mojito  | Torrijas de dulce de leche   |

## POSTRES

| Ingredientes           | Cantidad | Unidad | Costo Uni. | Costo Total |
|------------------------|----------|--------|------------|-------------|
| Chocolate              | 100      | gr     | \$ 0,56    | \$ 0,56     |
| Huevos                 | 2        | u      | \$ 0,12    | \$ 0,24     |
| Mantequilla            | 1        | onz    | \$ 0,14    | \$ 0,14     |
| Crema de Leche         | 250      | gr     | \$ 0,95    | \$ 0,95     |
| Azúcar                 |          |        |            |             |
| Sal                    |          |        |            |             |
| <b>Total Costo</b>     |          |        |            | \$ 1,89     |
| <b>10%</b>             |          |        |            | \$ 0,19     |
| <b>Costo</b>           |          |        |            | \$ 2,08     |
| <b>30%</b>             |          |        |            | \$ 0,62     |
| <b>Costo Total</b>     |          |        |            | \$ 2,70     |
| <b>Costo x porción</b> |          |        |            | \$ 0,45     |

## MOUSE DE CHOCOLATE

### FLAN DE VAINILLA CON FRUTA (FRESA 8 LIB)

| Ingredientes           | Cantidad | Unidad | Costo Uni. | Costo Total |
|------------------------|----------|--------|------------|-------------|
| Leche condensada       | 397      | gr     | \$ 1,94    | \$ 1,94     |
| Huevos                 | 4        | u      | \$ 0,12    | \$ 0,48     |
| Esencia de vainilla    | 1        | onz    | \$ 0,03    | \$ 0,03     |
| Limón                  | 1        | u      | \$ 0,02    | \$ 0,02     |
| Azúcar                 |          |        |            |             |
| <b>Total Costo</b>     |          |        |            | \$ 2,47     |
| <b>10%</b>             |          |        |            | \$ 0,25     |
| <b>Costo</b>           |          |        |            | \$ 2,72     |
| <b>30%</b>             |          |        |            | \$ 0,82     |
| <b>Costo Total</b>     |          |        |            | \$ 3,53     |
| <b>Costo x porción</b> |          |        |            | \$ 0,59     |

## BAVAROIS DE LIMÓN

| Ingredientes           | Cantidad | Unidad | Costo Uni. | Costo Total |
|------------------------|----------|--------|------------|-------------|
| Limones                | 6        | u      | \$ 0,02    | \$ 0,12     |
| Azúcar                 |          |        |            |             |
| Huevos                 | 5        | u      | \$ 0,12    | \$ 0,60     |
| Gelatina sin sabor     | 250      | gr     | \$ 0,85    | \$ 0,85     |
| Crema de leche         | 250      | gr     | \$ 0,95    | \$ 0,95     |
| <b>Total Costo</b>     |          |        |            | \$ 2,52     |
| <b>10%</b>             |          |        |            | \$ 0,25     |
| <b>Costo</b>           |          |        |            | \$ 2,77     |
| <b>30%</b>             |          |        |            | \$ 0,83     |
| <b>Costo Total</b>     |          |        |            | \$ 3,60     |
| <b>Costo x porción</b> |          |        |            | \$ 0,60     |

## CAKES DE MIEL

| Ingredientes           | Cantidad | Unidad | Costo Uni. | Costo Total |
|------------------------|----------|--------|------------|-------------|
| Huevos                 | 2        | u      | \$ 0,12    | \$ 0,24     |
| Esencia de vainilla    | 1        | onz    | \$ 0,03    | \$ 0,03     |
| Miel                   | 4        | onz    | \$ 0,04    | \$ 0,16     |
| Café                   | 1        | onz    | \$ 0,02    | \$ 0,02     |
| Pasas                  | 50       | gr     | \$ 0,20    | \$ 0,20     |
| Azúcar                 |          |        |            |             |
| Harina                 | 250      | gr     | \$ 0,39    | \$ 0,39     |
| Nueces picadas         | 100      | gr     | \$ 2,50    | \$ 2,50     |
| <b>Total Costo</b>     |          |        |            | \$ 3,54     |
| <b>10%</b>             |          |        |            | \$ 0,35     |
| <b>Costo</b>           |          |        |            | \$ 3,89     |
| <b>30%</b>             |          |        |            | \$ 1,17     |
| <b>Costo Total</b>     |          |        |            | \$ 5,06     |
| <b>Costo x porción</b> |          |        |            | \$ 0,84     |

**POSTRE E KIWI CON VAINILLA**

| <b>Ingredientes</b> | <b>Cantidad</b> | <b>Unidad</b> | <b>Costo Uni.</b>      | <b>Costo Total</b> |
|---------------------|-----------------|---------------|------------------------|--------------------|
| Kiwis               | 8               | u             | \$ 0,20                | \$ 1,60            |
| Leche               | 200             | cc            | \$ 0,24                | \$ 0,24            |
| Crema de Leche      | 250             | gr            | \$ 0,95                | \$ 0,95            |
| Huevos              | 4               | u             | \$ 0,12                | \$ 0,48            |
| Vainilla            | 1               | onz           | \$ 0,03                | \$ 0,03            |
| Azúcar              |                 |               |                        |                    |
|                     |                 |               | <b>Total Costo</b>     | \$ 3,30            |
|                     |                 |               | <b>10%</b>             | \$ 0,33            |
|                     |                 |               | <b>Costo</b>           | \$ 3,63            |
|                     |                 |               | <b>30%</b>             | \$ 1,09            |
|                     |                 |               | <b>Costo Total</b>     | \$ 4,72            |
|                     |                 |               | <b>Costo x porción</b> | \$ 0,79            |

**ÍNDICE**

|                           |            |
|---------------------------|------------|
| PORTADA                   | i          |
| CERTIFICACIÓN             | ii         |
| AUTORÍA                   | iii        |
| CARTA DE AUTORIZACIÓN     | iv         |
| AGRADECIMIENTO            | v          |
| DEDICATORIA               | vi         |
| a. TÍTULO                 | 1          |
| b. RESUMEN                | 2          |
| c. INTRODUCCIÓN           | 9          |
| d. REVISIÓN DE LITERATURA | 13         |
| e. MATERIALES Y MÉTODOS   | 58         |
| f RESULTADOS              | 63         |
| g. DISCUSIÓN              | 81         |
| h. CONCLUSIONES           | 177        |
| i. RECOMENDACIONES        | 179        |
| j BIBLIOGRAFÍA            | 180        |
| k. ANEXOS                 | 182        |
| <b>ÍNDICE</b>             | <b>200</b> |