



**ESCUELA
POLITÉCNICA**

**SUPERIOR
DE CHIMBORAZO**

**FACULTAD DE SALUD PÚBLICA
ESCUELA DE GASTRONOMÍA**

**“PROPUESTA DE CREACIÓN DE UNA EMPRESA PARA
ORGANIZACIÓN DE EVENTOS TEMÁTICOS Y CATERING EN
LA CIUDAD DE RIOBAMBA 2012”**

TESIS DE GRADO

Previo a la Obtención del Título de:

LICENCIADA EN GESTIÓN GASTRONÓMICA

Aída Elizabeth Samaniego Hernández

**RIOBAMBA- ECUADOR
2012**

CERTIFICACIÓN

La presente investigación fue revisada y se autoriza su presentación

Lcdo. David Guambi E.

DIRECTOR DE TESIS

Riobamba, 28 de Noviembre del 2012

CERTIFICACIÓN

Los miembros de Tesis certifican que el Trabajo de investigación titulado: **“Creación de una Empresa para Organización de Eventos Temáticos y Catering, Riobamba 2012”** de responsabilidad de la Señorita **Aída Elizabeth Samaniego Hernández**, ha sido prolijamente revisada, y se autoriza su publicación.

Lcdo. David Guambi E.

DIRECTOR DE TESIS

.....

Ing. Maribel Vallejo Ch.

MIEMBRO TRIBUNAL

.....

AGRADECIMIENTO

A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Salud Pública, Escuela de Gastronomía, a todos y cada uno de los Docentes de esta Prestigiosa Escuela, por los valiosos conocimientos impartidos día a día, como también al Personal Administrativo de la misma.

Al Lcdo. David Guambi en su calidad de Director de Tesis, a la Ing. Maribel Vallejo como Miembro de Tesis, por su desinteresada orientación en el proceso y desarrollo de la presente investigación.

DEDICATORIA

A DIOS todo poderoso por haberme concedido la vida y permitirme culminar una etapa más en mi vida.

A mis padres por ser ejemplo de trabajo y esfuerzo a seguir, por su comprensión y buenos consejos que me han alentado a seguir adelante y alcanzar un objetivo más encaminado a cumplir mis metas, a mi hermano por alentarme en el transcurso de esta carrera y de manera especial a mi madre que en ningún momento dudo en darme su sincera y valiosa ayuda y por creer en mí.

Al resto de mi familia por ser un pilar fundamental en mi vida, por su apoyo incondicional y desinteresado, por estar a mi lado los buenos y malos momentos.

Elizabeth

RESUMEN

Investigación con diseño descriptivo, transversal, no experimental en la Creación de una Empresa para Organizar Eventos Temáticos y Catering en la Ciudad de Riobamba. Se realizó un estudio de mercado con estrategias de marketing a 201 encuestados en demanda insatisfecha, para determinar la viabilidad del proyecto y atenuando el impacto ambiental.

Para el desarrollo de la investigación se requiere una Inversión inicial de \$219787,60 dólares americanos, proyectándose a un período de 5 años para obtener un TIR (Tasa Interna de Retorno) de 31% , VAN (valor Actual Neto) de \$ 46389,82 con una relación costo beneficio de 0,68 ctvs. por cada dólar invertido obteniéndose una aceptabilidad del 100 % del servicio ofertado.

Un proyecto con planificación, estructura y organización, que cumple con el normativo de las 3R (reciclar rehusar, reducir) son entes que preservan el medio ambiente y aportan con un crecimiento, desarrollo y evolución de métodos en beneficio del Ecosistema.

SUMMARY

Research with descriptive design, transverse , non experimental the creation of a company to organize themed and catering in the city of Riobamba, It was made a market survey with marketing strategies to 201 respondents to determine the viability of the project and mitigating environmental impact.

For the development of research requires an initial investment of \$ 219.787,60 USD, projecting a period of 5 years for an ERR (internal rate of return) of 31 % , NV (Net Present Value) of \$ 46389,82 with a cost benefit ratio of 0. 68 cents. For every dollar invested yielding a 100 % acceptance of service provided.

A project planning and organization structure that meets the policy of the 3 Rs (recycles refuse, reduce) are entities that preserve the environment and contribute to growth, development and evolution of methods for the benefit of the ecosystem.

ÍNDICE

ÍNDICE

ÍNDICE DE CUADROS

ÍNDICE DE GRAFICOS

ÍNDICE DE FIGURAS

I.	INTRODUCCIÓN.....	1
II.	OBJETIVOS	3
	A. GENERAL	3
	B. ESPECÍFICOS	3
III.	MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL.....	4
	A. ANTECEDENTES.....	4
	B. Definición de EMPRESA:.....	5
	C. IMPORTANCIA DE LA EMPRESA	6
	D. CLASIFICACIÓN DE LA EMPRESA.....	6
	i. Por la actividad que cumple	6
	ii. Por el tamaño.....	7
	iii. Por el sector al que pertenece.....	7
	iv. Por la forma de organización del capital.....	7
	E. FACTORES QUE INTERVIENEN EN LAS FUNCIONES DE UNA EMPRESA. 8	
	i. Tamaño y ubicación	8
	ii. Misión de la empresa	9
	iii. Objetivos de la empresa.....	9
	iv. Ventajas competitivas	9
	v. Apoyos.....	10
	F. CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS QUE BRINDAN SERVICIOS	10
	G. ¿QUÉ ES UN EVENTO?	12
	H. RAZONES QUE JUSTIFICAN UN EVENTO.....	14
	I. RAZONES QUE NO JUSTIFICAN UN EVENTO	15
	J. FIESTAS GASTRONÓMICAS	16
	K. ORGANIZACIÓN DE EVENTOS	17

i.	Procesos de desarrollo de un evento	17
ii.	Planear con tiempo, cuidadosa toma de decisiones.....	18
iii.	Fluxograma.....	19
iv.	Pasos para el planeamiento de un evento.....	20
L.	SERVICIOS QUE OFERTAN LAS EMPRESAS ORGANIZADORAS DE EVENTOS	21
M.	TIPOS DE EVENTOS.....	22
i.	Institucionales	22
ii.	Comerciales	22
iii.	Familiares	23
iv.	Protocolarios y Ceremoniales.....	23
N.	FIESTAS TEMÁTICAS	23
i.	Fiesta tropical o hawaiana.....	24
ii.	Fiesta Retro	25
iii.	Temática medieval	25
iv.	Área Lounge en tu evento	25
v.	Fiesta de los 60's, 70's y80's (Disco Night)	26
vi.	Medio Oriente	26
vii.	Black &White.....	27
viii.	Halloween	27
ix.	CarnavalVeneciano.....	¡Error! Marcador no definido.
x.	Hippies.....	27
xi.	Batucada brasileña	28
O.	MEJORES EMPRESAS DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS EN EL PAÍS.....	28
i.	Grupo Barlovento	29
ii.	Banquetes L`Etiquette.....	31
IV.	METODOLOGÍA.....	35
A.	LOCALIZACIÓN Y TEMPORIZACIÓN.....	35
B.	TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	35
i.	Tipo de estudio	35
ii.	Tipo de Investigación	35
C.	POBLACIÓN, MUESTRA O GRUPO DE ESTUDIO	36

i.	Universo y Muestra	36
D.	DESCRIPCIÓN DE PROCEDIMIENTOS.....	37
i.	Investigación de Mercado Y Marketing.....	37
iii.	Plan de Empresa.....	39
1.	Aspecto Técnico	39
2.	Estudio Administrativo.....	39
3.	Estudio Ambiental	40
4.	Estudio Financiero	40
5.	Viabilidad del Proyecto.....	40
V.	RESULTADOS Y DISCUSIÓN	41
A.	PRESENTACIÓN,TABULACIÓN Y ANÁLISIS.....	41
i.	Presentación, Tabulación y Análisis de los datos obtenidos en la investigación de mercado.....	41
1.	Segmentación del mercado.....	41
2.	Resultados obtenidos en la encuesta Socio- Económica:	41
2.1.	Edad del encuestado	42
2.2.	Nivel de educación Culminado.....	43
2.3.	Tipo de empleo en el que labora actualmente	44
2.4.	Actividad Económica	45
2.5.	Ingresos.....	46
2.6.	Estabilidad laboral	47
2.7.	Compromisos sociales que más celebra.....	48
2.8.	¿Asistió en alguna ocasión a eventos que ofrecieran servicios diferentes a los compromisos sociales clásicos?	49
2.9.	¿Sabe usted lo q es una Fiesta temática?	50
2.10.	Ha asistido alguna vez a una fiesta temática	51
2.11.	Le gustaría que en sus eventos se sirva un menú acorde al tema de celebración	52
2.12.	Tipo de servicio que usted desearía de la Empresa de Organización de Eventos	53
2.13.	¿Le gustaría que exista una empresa de Organización de eventos que realice eventos de tipo temático?.....	54
ii.	Discusión	55

1.	Perfil del cliente.....	55
VI.	PLAN DE EMPRESA.....	56
A.	ASPECTOS TÉCNICOS.....	56
i.	Determinación del tamaño de la empresa.....	56
ii.	Capacidad de producción.....	57
iii.	Localización.....	60
iv.	Proceso de Producción del bien.....	61
v.	Viabilidad Técnica.....	96
1.	Infraestructura, facilidades y equipamiento necesario para el Servicio de Catering.....	96
2.	Equipamiento Necesario para el Servicio de Catering.....	97
B.	ASPECTOS JURÍDICOS- MERCANTILES.....	121
i.	Forma Jurídica elegida para el Proyecto.....	121
1.	Características de esta forma jurídica.....	122
ii.	Requisitos legales para su apertura y funcionamiento.....	123
iii.	Gastos de Constitución:.....	125
C.	ESTRATEGIAS DE MARKETING.....	126
i.	Servicio.....	126
1.	Características Comerciales del Servicio.....	126
2.	Definición de la marca para el Servicio de Catering.....	126
2.1.	Slogan.....	126
2.2.	Imago tipo:.....	127
ii.	Precio.....	131
iii.	Distribución.....	134
1.	Canales de Comercialización:.....	134
iv.	Plan de Comunicación.....	135
v.	Competencia.....	136
D.	GESTION DEL TALENTO HUMANO.....	138
i.	Determinación del Talento Humano.....	138
ii.	Descripción del puesto de trabajo.....	139
iii.	Costes salariales.....	144
iv.	Organigrama empresarial.....	145

vi.	Selección y Contratación del Personal	147
1.	Selección.	147
2.	Costos de selección de personal.....	148
E.	ASPECTOS ECONOMICOS - FINANCIEROS	150
i.	Objetivos Empresariales	150
1.	Corto plazo	150
2.	Mediano Plazo	150
3.	Largo Plazo.....	150
ii.	Estructura del Balance	151
1.	Balance General	151
1.1.	Capital de Trabajo	151
1.2.	Activos Fijos	152
1.3.	Gastos	153
1.4.	Depreciacion de activos Fijos	154
1.5.	Amortizaciones de activos diferidos.....	155
2.	Tabla de amortizacion de la deuda	156
3.	Estado de Resultados	159
4.	Proyección del estado de Pérdidas y Ganacias	160
4.1.	Costos Fijos.....	161
4.2.	Costos Variables.....	162
4.3.	Inversion Inicial:.....	162
5.	Determinacion de los Flujos Netos del Efectivo.....	163
6.	Viabilidad Finaciera.....	164
6.1.	Calculodel Van:	164
6.2.	Calculo Del TIR	165
6.3.	Calculo Del PRI	166
6.4.	Relacion Beneficio / Costo.....	166
F.	ASPECTOS AMBIENTALES	168
i.	Impacto ambiental del proyecto.....	168
ii.	Acciones Remediales.....	169
VII.	CONCLUSIONES.....	172

VIII. RECOMENDACIONES.....	173
IX. BIBLIOGRAFIA.....	¡Error! Marcador no definido.
X. ANEXOS	177

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro No 01. Edad del encuestado.....	42
Cuadro No 02. Nivel de educación.....	43
Cuadro No 03. Tipo de empresa a la que pertenece.....	44
Cuadro No 04. Actividad Económica.....	45
Cuadro No 05. Ingresos.....	46
Cuadro No 06. Estabilidad Laboral.....	47
Cuadro No 07. Compromisos Sociales.....	48
Cuadro No 08. Eventos diferentes a los clásicos.....	49
Cuadro No 09. Fiesta Temática.....	50
Cuadro No 10. Fiesta Temática.....	51
Cuadro No 11. Tipo de menú.....	52
Cuadro No 12. Servicio.....	53
Cuadro No 13. Empresa que realice eventos temáticos.....	54
Cuadro No 14. Capacidad de Producción del Servicio de Catering.....	58
Cuadro No 15. Horarios de entrada y salida del personal.....	59
Cuadro No 16. Horarios de entrada y salida del personal.....	61
Cuadro No 17. Receta estándar de puchero.....	62
Cuadro No 18. Receta estándar de relleno al grill con salsa criolla.....	63
Cuadro No 19. Receta estándar de papas rioplatenses.....	64
Cuadro No 20. Receta estándar ensalada de repollo colorado.....	65
Cuadro No 21. Receta estándar de dulce de leche.....	66
Cuadro No 22. Receta estándar de noggets de pollo con salsa holandesa.....	67
Cuadro No 23. Receta estándar de costillas de cerdo en salsa BBQ.....	68
Cuadro No 24. Receta estándar de papa hotelera y jardinera de vegetales.....	69
Cuadro No 25. Receta estándar de brownies de chocolate.....	70
Cuadro No 26. Receta estándar de caldo verde.....	71
Cuadro No 27. Receta estándar de Feijoada.....	72
Cuadro No 28. Receta estándar de Farofa.....	73
Cuadro No 29. Receta estándar de Ensalada Brasileña.....	74
Cuadro No 30. Receta estándar de Brigadeiro.....	75
Cuadro No 31. Equipamiento para el area de cocina.....	99
Cuadro No 32. Analisis de la inversion.....	100

Cuadro No 33. Total maquinaria y equipo para el area de produccion	103
Cuadro No 34. Area de servicio.....	104
Cuadro No 35. Cuberteria	105
Cuadro No 36. Cristaleria	106
Cuadro No 37. Vajilla	107
Cuadro No 38. Total maquinaria y equipo para el area de servicio.....	108
Cuadro No 39. Equipamiento para bodega	110
Cuadro No 40. Equipos de limpieza e implementos	111
Cuadro No 41. Uniformes del personal de cocina	111
Cuadro No 42. Uniformes del personal de servicio.....	112
Cuadro No 43. Construcción de la planta	112
Cuadro No 44. Presupuesto total para la empresa de catering	113
Cuadro No 45. Costo de materia prima comida de brasil.....	114
Cuadro No 46. Mano de obra directa	116
Cuadro No 47. Mano de obra indirecta.....	116
Cuadro No 48. Costos indirectos de fabricación	117
Cuadro No 49. Costos de alquiler: Mesas,sillas	118
Cuadro No 50. Costos alquiler del local.....	119
Cuadro No 51. Proveedores.....	120
Cuadro No 52. Requisitos legales para su apertura y funcionamiento.....	124
Cuadro No 53. Gastos de Constitución	125
Cuadro No 54. Servicios para la Venta.....	129
Cuadro No 55. Mano de obra Directa.....	131
Cuadro No 56. Mano de obra Indirecta.....	131
Cuadro No 57. Costos indirectos de fabricación.....	132
Cuadro No 58. Costos de producción.....	132
Cuadro No 59. Precios Competencia	133
Cuadro No 60. Precio de acuerdo al margen de Utilidad.....	133
Cuadro No 61. Precio al por Mayor o Distribuidores.....	133
Cuadro No 62. Plan de Comunicación.....	135
Cuadro No 63. Competencia	136
Cuadro No 64. Personal requerido para el funcionamiento del Catering	138
Cuadro No 65. Funciones y salarios de cada Cargo.....	139

Cuadro No 66. Costes salariales. Mano de obra indirecta	144
Cuadro No 67. Costes salariales. Mano de obra directa.....	144
Cuadro No 68. Costos de selección de personal.....	148
Cuadro No 69. Equipamiento para el Área Administrativa	148
Cuadro No 70. Costo total de los gastos de investigacion.....	149
Cuadro No 71. Capital de Trabajo	151
Cuadro No 72. Activos Fijos	152
Cuadro No 73. Activo diferido.....	153
Cuadro No 74. Depreciacion de activos fijos	154
Cuadro No 75. Amortizaciones de activos diferidos.....	155
Cuadro No 76. Tabla de amortizacion de la deuda.....	156
Cuadro No 77. Presupuesto de ingresos.....	157
Cuadro No 78. Gastos administrativos	157
Cuadro No 79. Gastos ventas	157
Cuadro No 80. Gastos financieros.....	158
Cuadro No 81. Estado de pérdidas y ganancias.....	160
Cuadro No 82. Costos fijos.....	161
Cuadro No 83. Costos variables	162
Cuadro No 84. Flujo del efectivo	163
Cuadro No 85. Calculo del TIR.....	165
Cuadro No 86. Calculo Del PRI	166
Cuadro No 87. Relación beneficio / costo.....	166

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Grafico No 01. Edad del encuestado	42
Grafico No 02. Nivel de Educación Culminado	43
Grafico No 03. Tipo de Empresa a la que pertenece	44
Grafico No 04. Actividad Económica	45
Grafico No 05. Ingresos	46
Grafico No 06. Estabilidad laboral	47
Grafico No 07. Compromisos Sociales	49
Grafico No 08. Eventos diferentes a los Clásicos	50
Grafico No 09. Fiesta Temática	51
Grafico No 10. Fiesta temática	51
Grafico No 11. Tipo de menú	52
Grafico No 12. Servicios.....	54
Grafico No 13. Empresa que realice eventos temáticos	54
Grafico No 14. Localización de la planta de producción	60

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura No 01. Procedimiento receta Puchero	77
Figura No 02. Procedimiento receta Vacío relleno al grill con salsa criolla	78
Figura No 03. Procedimiento receta Vacío relleno al grill con salsa criolla	79
Figura No 04. Procedimiento receta ensalada de repollo colorado	80
Figura No 05. Procedimiento dulce de leche	81
Figura No 06. Procedimiento receta nuggets de pollo con salsa holandesa	82
Figura No 07. Procedimiento receta costilla de cerdo en salsa BB	83
Figura No 08. Procedimiento receta papa hotelera y jardinera de vegetales	84
Figura No 09. Procedimiento receta brownies de chocolate	85
Figura No 10. Procedimiento receta costilla de cerdo en salsa BB	86
Figura No 11. Procedimiento receta costilla de cerdo en salsa BB	87
Figura No 12. Procedimiento receta Farofa	88
Figura No 13. Procedimiento receta ensalada brasileña	89
Figura No 14. Procedimiento receta brigadeiro	90
Figura No 15. Proceso De Compra de MPH para la producción	91
Figura No 16. Proceso de Producción	93
Figura No 17. Proceso de Servicio	94
Figura No 18. Proceso para el desarrollo del Evento	95
Figura No 19. Logotipo Lo Novo Eventos	127
Figura No 20. Canal de comercialización directo	134
Figura No 21. Organigrama estructural	146

I. INTRODUCCIÓN

Las Empresas de Organización de Eventos en la Ciudad de Riobamba se dedican única y exclusivamente a ofertar a sus clientes, eventos de tipo habitual, es decir empleando los mismos conocimientos adquiridos en épocas anteriores y dejando de lado tendencias y estilos aplicables en la actualidad, llegando a la conclusión de que no existen empresas que oferten servicios temáticos.

Al entender que la organización de un evento implica cuestiones muy básicas como: ¿Qué tipo de acto se quiere realizar?, ¿A quién va dirigido?, ¿Qué objetivo se quiere conseguir? o ¿Qué fecha sería la idónea?, es muy importante que el cliente sea la persona más involucrada en ultimar los detalles para su evento.

Pero en muchos de los casos las Empresas Organizadoras de Eventos no brindan la apertura idónea para que conjuntamente con el cliente, el evento se planifique lo más acercado a la realidad que el cliente busca de su celebración.

En nuestra ciudad hemos notado que los eventos peculiarmente tienen un mismo método de organización: el cliente llega a la Empresa, explica lo que desea, escoge menú y decoración y se lleva a cabo el evento.

Pero en ningún momento ni el encargado del asesoramiento del evento ofrece nuevos estilos de eventos, y por otro lado el cliente tampoco solicita diversidad

en la elección de evento, puesto que ninguno supera la barrera de lo convencional.

Es por este motivo que después de la realización de un evento, el patrocinador del mismo, siente que su celebración no fue como la esperada, puesto que no existió nada innovador, que haga de su fiesta o evento la diferencia con otras celebraciones, comprobando así que la Organización de Eventos en la Ciudad de Riobamba se ha convertido en una manera monótona de celebración.

El éxito de un evento depende en gran magnitud de que nuestros clientes confíen en que las cosas sucederán de acuerdo a lo programado, pero esto no ocurre cuando al cliente se le priva de detalles que considere importantes, es decir cuando el cliente desee realizar algo nuevo que no se ha visto antes en una celebración, nuestra Empresa será participe en un cien por ciento con el cumplimiento de la idea otorgada por el cliente.

II. OBJETIVOS

A. GENERAL

Determinar la Factibilidad para la creación de una Empresa para Organización de Eventos Temáticos y Catering en la Ciudad de Riobamba 2012.

B. ESPECÍFICOS

- Desarrollar un estudio de mercado que permita determinar las características, temáticas, mix de marketing, segmento y competencia.
- Realizar el estudio técnico que permita obtener el tamaño, localización, determinación de la planta óptima y flujo gramas de procesos.
- Desarrollar la estructura orgánica de la empresa, funciones del personal y trámites legales.
- Mitigar el impacto ambiental del proyecto
- Determinar la viabilidad del proyecto.

III. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

A. ANTECEDENTES

Actividades económicas predominantes de la ciudad de Riobamba

Las principales actividades económicas del cantón están relacionadas con su funcionalidad geográfica; así la parte rural es eminentemente agrícola y la parte urbana eminentemente comercial, industrial y de servicios (educación, salud, administración municipal y organismos e instituciones públicas).

Riobamba por otra parte se ha convertido en el centro comercial de las actividades directas e indirectas relacionadas con la producción agropecuaria del resto de cantones de la provincia. Sin duda es el mercado referencial ya sea para la fijación de precios finales como para el abastecimiento de insumos para la agricultura.

Por lo tanto la dinámica económica del cantón está articulada en gran medida a las actividades en otros cantones, por su importancia de centro y capital de provincia.

Su crecimiento poblacional se debe también a este fenómeno. Riobamba se ha convertido en un punto de migración y asentamiento importante, especialmente desde el resto de cantones y poblados de la provincia de Chimborazo.

Por lo tanto en rigor es el punto focal y polo del desarrollo regional local. Únicamente si consideramos esta situación podemos entender la dinámica actual y las perspectivas del cantón en su conjunto, no sólo con su división urbano-rural, sino con las interrelaciones con el medio circundante provincial.

B. Definición de EMPRESA:

Según el Diccionario de la Real Academia Española, una definición de la empresa es; "unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos"

La empresa es la unidad económico-social en la que el capital, el trabajo y la dirección se coordinan para realizar una producción socialmente útil, de acuerdo con las exigencias del bien común. Los elementos necesarios para formar una empresa son: capital, trabajo y recursos materiales.

En economía, la empresa es la unidad económica básica encargada de satisfacer las necesidades del mercado mediante la utilización de recursos materiales y humanos. Se encarga, por tanto, de la organización de los factores de producción, capital y trabajo.

La empresa es todo ente económico cuyo esfuerzo se orienta a ofrecer bienes y/o servicios que al ser vendidos producirán un valor marginal conocido como **utilidad**.

C. IMPORTANCIA DE LA EMPRESA

La empresa en cualquier sistema económico será el motor que mueva la economía de un país; la importancia radica en su capacidad generadora de riqueza, que al ser distribuida equitativamente propicia la paz social y por ende tranquilidad y desarrollo.

D. CLASIFICACIÓN DE LA EMPRESA

La empresa puede ser clasificada desde varios puntos de vista; para este efecto se tomará en consideración los siguientes:

- a. Por la actividad que cumple
- b. Por el tamaño
- c. Por el sector al que pertenece
- d. Por la forma de la organización del Capital

i. Por la actividad que cumple

- Comercial: Aquella que se encarga del acercamiento de los bienes desde el productor hacia el intermediario minorista o al consumidor , sin realizar cambios de forma ni de fondo en la naturaleza de los bienes

- Industria: Es aquella encargada de la transformación, modificación substancial o leve de ciertos bienes menores en otros mayores con la ayuda de los factores de la producción.
- Servicios: Empresa creada con el fin de atender ciertas necesidades de carácter biológico, sentimental, afectivo y similares.

ii. **Por el tamaño**

Las empresas se clasifican en pequeñas medianas y grandes. El tamaño de una empresa está dado por varios factores, entre los cuales los más destacados son:

- Valor del Patrimonio, Volumen de sus Activos Fijos, Número de Personas, Superficie o área de utilización.

iii. **Por el sector al que pertenece**

Las empresas pueden pertenecer:

- Sector Privado: El aporte del capital corresponde a personas naturales o jurídicas del sector privado.
- Sector Público: Si el aporte del capital lo hace el gobierno (Estado).
- Sector Mixto: Cuando a la conformación del capital concurren los aportes tanto del sector privado como del sector público .

iv. **Por la forma de organización del capital**

En este sentido las empresas se clasifican en:

- Unipersonales: El capital se conforma con el aporte de una sola persona natural.
- Sociedad o Compañía: El capital (propiedad) se conforman mediante el aporte de varias personas naturales o jurídicas.
- Las sociedades se subdividen :
- De Personas: En comandita Simple y Nombre Colectivo.
- De Capital: Sociedad Anónima, Economía Mixta, Compañía Limitada y En comandita por Acciones.

E. FACTORES QUE INTERVIENEN EN LAS FUNCIONES DE UNA EMPRESA

i. Tamaño y ubicación

- Ubicación de la empresa.- Permite determinar el medio ambiente cercano a una empresa, para prevenir el posible éxito o fracaso de esta.
- Tamaño de la empresa.- En México esta clasificación es establecida por la Secretaría de Economía, con base en las ventas anuales y el número de empleados. Estos tipos son el micro, pequeña, mediana y grande empresa.

ii. Misión de la empresa

(Propósitos por los que existe una empresa)

- Amplia.- Dentro de una línea de productos, pero con posibilidades de expansión a otros similares, pero sin perder la naturaleza y carácter de la empresa.
- Motivadora.- Que inspire a los trabajadores, pero que no parezca inalcanzable.
- Congruente.- Debe reflejar los valores de la empresa, de los directores y de los trabajadores

iii. Objetivos de la empresa

- Inmediato.- Hasta 1 año
- Corto plazo.- Hasta 3 años
- Mediano plazo.- De 3 a 10 años
- Largo Plazo.- 10 o más años
- Para métrico.- Entre 2 fechas

iv. Ventajas competitivas

- Ventajas Competitivas.- Peculiaridades del producto o servicio que lo hace especial o innovador, garantizando su aceptación en el mercado.
- Distingos Competitivos.- Son aspectos comunes de la “imagen” del producto, ya existentes en el mercado, pero se les dé una atención especial.

v. **Apoyos**

Toda empresa requiere áreas básicas de apoyo:

- Área legal (fiscal, laboral, etc.)
- Área de producción
- Área de mercados
- Área administrativa

F. **CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS QUE BRINDAN SERVICIOS**

Empresas de servicios con actividades uniformes en el tiempo: alto consumo de mano de obra y costes de producción de porcentaje poco relevante. Destaquemos por ejemplo, empresas de mantenimiento de instalaciones, como limpieza, ascensores, prestaciones de servicios profesionales como asesorías.

También encuadraremos en esta clasificación tipos de empresas con una infraestructura en inmovilizado importante o aquellas que asumen un volumen de gasto fijo muy superior a los precios medios de venta de sus artículos, como por ejemplo una peluquería. El criterio más recomendable para fijar los precios en este tipo de empresas es proceder a fijar los precios mediante el cálculo de la productividad máxima de nuestra empresa.

Empresas de servicios que se rigen por la gestión de proyectos: como por ejemplo programación web, consultoría, procesos de selección de personal... Son todos los servicios que incluyen un servicio puntual y definido, con una duración temporal media – larga de desarrollo del proyecto y no garantizan la vuelta del cliente por obligación contractual fuera de las condiciones previamente pactadas.

Los clientes no tienen una demanda periódica de nuestros servicios, y la forma de fijar precios más recomendable es a partir de colocar un objetivo de ingresos, repercutiéndolo en nuestros clientes. La particularidad de este tipo de empresas, destaca por la gran disparidad de precios que podemos encontrar entre los distintos clientes, dado que el propio precio va a venir marcado por el proyecto concreto que tengamos que llevar a cabo.

Empresas de servicios combinadas: con venta de productos; como por ejemplo servicios de hostelería, servicios de reparaciones al hogar, servicios funerarios. En este tipo de empresas, el cálculo de costes como la fijación de

precios es un proceso bastante farragoso, y el procedimiento a seguir consiste en realizar el cálculo estimado de la productividad máxima y adaptar nuestros precios mediante el criterio de fijación de precios por la clasificación de mis clientes.

Este sistema implica, que tenga predefinido inicialmente, cuál va a ser mi segmento de clientes objetivo, orientar totalmente mi empresa a mi público objetivo y a partir de sus tendencias y posibilidades de gasto, fijaremos los precios de nuestros servicios. Para comprenderlo mejor, pensemos en dos restaurantes; En el primero se venden menús a diario y se encuentra cerca de zonas industriales, y el segundo ofrece platos a la carta localizado cerca de las zonas turísticas de nuestra ciudad. Públicos distintos, negocios distintos.

G. ¿QUÉ ES UN EVENTO?

Según, Rosario Jijena Sánchez, autora del Libro COMO ORGANIZAR EVENTOS CON ÉXITO, “Evento es todo acontecimiento previamente organizado que reúne a un determinado número de personas en tiempo y lugares preestablecidos, que desarrollaran y compartirán una serie de actividades afines a un mismo objetivo para estímulo del comercio, la industria, el intercambio social y la cultura general.”⁽¹⁾

En este concepto dado engloba una serie de eventos que se pueden producir de acuerdo con el tiempo, el lugar, el círculo social de personas que asistan al mismo para de esta manera diferenciar las características propias de cada evento, puesto que recordemos que cada uno de los eventos son diferentes.

Existen diferentes tipos de eventos, en algunos de los casos la programación permite despertar la creatividad, aplicando algunas ideas, fantasías que ayuden a que el evento tenga un toque de originalidad y diversión. Mientras que en otros casos la creatividad constituye un papel menos importante, puesto que en ocasiones los eventos exigen formalidad en un estilo predeterminado, ya sea esta demandada por el cliente o por la empresa.

A través de la experiencia se pueden diferenciar dos grandes campos de acción en los eventos: los empresariales; los mismos que están más relacionados con lucro económico, cultural, político, institucional. Y los sociales que se orientan hacia el ámbito privado, familiar o relaciones humanas, en este caso buscan estimular los contactos entre personas o grupos, dejando de lado réditos económicos sino más bien afectivos.

H. RAZONES QUE JUSTIFICAN UN EVENTO

Intercambio de información: se refiere al intercambio de ideas acerca de problemas, procedimientos y posibles soluciones que se puedan efectuar.

La agrupación de personas: al estar en contacto directo con personas interesadas en un mismo tema se produce el intercambio de ideas, más aun si la conversación conlleva el planteamiento de problemas y la búsqueda de situaciones.

Enseñanza y capacitación: este tipo de eventos deben tener objetivos mucho más específicos que otros, de igual manera en este tipo de eventos debe prestarse mayor atención a la evaluación, ya que a través del evento se espera determinar cambios de conducta (nivel y dominio de conocimientos) que van a ser evaluados.

Desarrollo de ideas para nuevas iniciativas, políticas, procedimientos, planes, programas o productos: El desarrollo de esta clase de eventos ayuda a que las empresas que requieren o necesitan realizar cambios o mejoramientos en su ámbito laboral, consigan descubrir nuevos procedimientos, lanzar al mercado mejores productos, a través de este tipo de eventos.

Expresión de sentimientos: Para que el ambiente de trabajo se torne más relajado, y de esta manera las ideas y nuevas propuestas se desarrollen de mejor manera

Planeación del futuro: Este tipo de eventos fue recién implementado y consiste en tratar de persuadir a las personas en cuanto a las decisiones que tomen para su futuro.

Oportunidad de festejar distintos acontecimientos: Pueden ser bautizos, cumpleaños, despedidas, inauguración de instalaciones, premios, reconocimientos, matrimonios, etcétera

I. RAZONES QUE NO JUSTIFICAN UN EVENTO

Para continuar una práctica que se ha vuelto rutinaria. Por ejemplo: reuniones anuales.

Explicación de hechos, que pueden ser explicados a través de medios de comunicación que resulten más apropiados.

J. FIESTAS GASTRONÓMICAS

Se considera fiesta gastronómica a toda reunión o evento en el cual podamos degustar de todo tipo de Gastronomía típica de la región o gastronomía internacional, dependiendo del cliente

Este tipo de actos se realizan de manera similar a un evento social, pero en esta ocasión el invitado especial es la amplia gama de comida que se observa.

Una de las culturas de las Familia Riobambeña principalmente en el sector rural, es la de servir los platos típicos del cantón en cantidades excesivas a sus invitados en las celebraciones realizadas eventualmente, compartiendo así su cultura con amigos o invitados.

A la vez en nuestra ciudad también contamos con ferias gastronómicas realizadas principalmente en fechas simbólicas para la ciudad; en este tipo de eventos se preparan los platos más representativos de la provincia y el cantón, los mismos que son expuestos al público y en ocasiones degustados por los visitantes.

K. ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

La organización de eventos es el proceso de diseño, planificación y producción de congresos, festivales, ceremonias, fiestas, convenciones u otro tipo de reuniones, cada una de las cuales puede tener diferentes finalidades.

i. Procesos de desarrollo de un evento

En la organización de un evento depende de las personas y de las circunstancias, pero podemos decir que la planificación se lleva a cabo con éxito, cuando se determina, antes de comenzar, a donde se quiere ir y por qué.

Planificar un evento implica realizar acciones en las que se establezcan primero en dónde se está, a donde se quiere llegar, y justificar el porqué de la acción.

El primer paso de un buen proceso de planeación consiste en seleccionar una meta útil. Así podemos determinar los resultados que se desean obtener, al mismo tiempo seleccionamos las herramientas, métodos, y las actividades que se llevaran a cabo para lograrlo.

Para la organización de un evento se deben tener en cuenta los siguientes aspectos desde su inicio:

- Las instituciones organizadoras: tener en cuenta su importancia en el medio, y su influencia; es decir peso político, cultural, económico o científico.
- El tema: la trascendencia que este tenga en el ámbito: académico, científico, político, económico.
- Los objetivos: generales y específicos, si estos son extensivos o limitantes.
- Los participantes: su nivel de conocimiento, origen, intereses, edades.
- El lugar: País (ubicación geográfica), localidad (ciudad), e instalaciones (centro de convenciones).
- La duración: días, semanas, meses.

Todos estos aspectos son parte importante en la organización de un evento, por lo que deberán ser tomados en cuenta antes de realizar la planificación, y durante el desarrollo del evento.

ii. Planear con tiempo, cuidadosa toma de decisiones

Al planear un evento supone una serie de etapas que siguen un orden lógico y cronológico. A la etapa conocida como preliminar de planeación general sigue

el acto de reunión durante el cual deberán considerarse aspectos tanto de ejecución como de la administración que se llevara a cabo durante el evento.

Se puede también tener en cuenta una etapa posterior a la celebración, pues con esto conseguiremos evaluar el trabajo realizado y se acumularían experiencias y conocimientos que serán aplicables en actividades venideras

iii. Fluxograma

Un flux grama es indispensable al momento de preparar un evento, puesto que nos permite seguir fluidamente las líneas de trabajo futuras. El flux grama lo podemos dividir en cinco líneas de acción:

- **Toma de decisiones preliminar:** abarca la definición dl tema, metas, objetivos, perfil de los participantes, diseño del evento.
- **Tareas de Avance:** incluyen la preparación de un presupuesto tentativo, contratación de las instalaciones, arreglos.
- **Promoción y contrato de los participantes**
- **Ejecución del evento:** Actividades complementarias que se deben realizar durante el evento.
- **Seguimiento y evaluación:** pasos a realizar después de la ejecución del evento.

iv. Pasos para el planeamiento de un evento

- **Diseño y cotización:** Este es el estado en el que se establecen los objetivos, el mensaje que comunicar al público participante y las expectativas que el organizador del evento tiene con relación a la realización de la reunión.
- **Producción:** El conjunto de gestiones previas al inicio de la reunión y que tienen por objeto la preparación de los recursos que componen el evento. Preponderantemente se trata de contratación de proveedores y coordinación entre las prestaciones.
- **Montaje:** Disposición de los recursos técnicos y humanos en el lugar donde se llevará a cabo el evento.
- **Ejecución:** Fase en la que, estando los participantes del evento reunidos en el mismo lugar y al mismo tiempo, comparten las actividades planificadas y demás
- **Desmontaje:** Retiro de los materiales y elementos utilizados en la reunión.
- **Evaluación de resultados:** Momento en el que se establece el grado de cumplimiento de los objetivos establecidos y la eficiencia de las prestaciones.

L. SERVICIOS QUE OFERTAN LAS EMPRESAS ORGANIZADORAS DE EVENTOS

El **catering** consiste en preparar comida y servirla en diferentes lugares. Dada la tendencia de las empresas en estos tiempos a externalizar el mayor número posible de actividades, la demanda del servicio de catering es cada vez mayor. Por eso, las compañías de catering se están especializando para poder enfocar mejor su actuación.

De este modo, podemos distinguir dos grandes tipos atendiendo a los servicios que ofertan. Las que se dedican exclusivamente a surtir con sus platos **diferentes eventos**, tanto empresariales como particulares, mientras que otras se ocupan de realizar los menús para comedores de empresa.

Por supuesto, hay un grupo de ellas que atienden a ambos apartados. En el sector de los **comedores**, encontramos **empresas** que se especializan en servir menús diarios para centros escolares, centros sanitarios, residencias de ancianos y similares. Es recomendable que cuenten con especialistas en nutrición para diseñar dietas variadas y equilibradas.

También se distinguen, dentro de las que preparan eventos, aquellas que se limitan a la parte alimentaria de otras que, además, ofrecen un servicio integral que abarca desde el suministro del lugar donde realizar nuestra celebración, **montaje de carpas** e instalación de luces y **ambientación de**

sonido, diseño de la decoración del espacio, servicios de limpieza y lavandería, servicios de animación. En estos casos de organización completa del acto, muchas firmas de **catering** han optado por especializarse en empresas o en particulares (estas últimas suelen dedicarse sobre todo a las bodas) porque la necesidades de ambos son muy diferentes.

M. TIPOS DE EVENTOS

Entre los tipos de eventos que se realizan dentro de nuestra localidad, podemos detallar los siguientes:

i. Institucionales

- Campañas
- Congresos
- Seminarios
- Talleres
- Cursos
- Foros
- Charlas
- Conferencias de Prensa
- Inauguraciones
- Entregas de Reconocimientos

ii. Comerciales

- Lanzamiento de Productos
- Ferias
- Stands
- Exposiciones Comerciales

- Sociales
- Desayunos
- Almuerzos
- Cenas
- Coffee Breaks
- Tés
- Brindis
- Cócteles
- Recepciones

iii. Familiares

- Bautizos
- Primeras Comuniones
- Quince Años
- Bodas
- Cumpleaños

iv. Protocolarios y Ceremoniales

- Condecoraciones
- Fiestas Nacionales
- Visitas Oficiales
- Saludos Oficiales

N. FIESTAS TEMÁTICAS

Las Fiestas tema o conocidas como temáticas nacen como respuesta para personas que gustan de lo original. Son fiestas que no se realizan de manera

repetitiva o común. Este tipo de eventos a la vez centran todo su punto de fuerza en la decoración, música y gastronomía adecuada

Las fiestas temáticas han ido teniendo mayor acogida con el paso del tiempo y de esta manera han ido siendo tomadas como referente en muchos países principalmente del Norte y Centroamérica.

Realizar una fiesta temática puede resultar una experiencia inigualable, puesto que el organizador conjuntamente con su cliente ponen el juego la imaginación y de la creatividad de tu mente.

Un evento temático es utilizar una excusa para hacer que lo recuerden de una forma Única, no solo al que lo realiza si no de manera significativa a los invitados. Es un tema de conversación por mucho tiempo, entre los temas más sugeridos de fiestas temáticas son:

i. Fiesta tropical o hawaiana

Fiestas en las cuales los invitados asisten con ropa liviana, camisas floreadas, pantalones cortos, se sirven bebidas tropicales como tragos con jugos de frutas, y la música también es tropical o latina.

ii. Fiesta Retro

En La Actualidad las personas entre 28 o 30 años o más, suelen sentir nostalgia de su infancia, adolescencia o juventud, la década de los 60',70'80' y 90', utilizando música disco, música tecno, es el ambiente perfecto para recordar y volver a vivir.

iii. Temática medieval

Una muy buena decoración puede hacer de un evento un viaje a un tiempo lleno de misterios, apelar a la imaginación infantil, a los mitos y leyendas, es una oportunidad temática muy atractiva.

iv. Área Lounge en tu evento

Utiliza muebles cómodos, grandes almohadones con colores envolventes o juegos de sillones para crear un área separada, del ruido y la música fuerte. Que los invitados se sientan relajados y con ganas de charlar. Un espacio como área lounge donde los invitados puedan tomarse una copa y disfrutar de una buena conversación, se sientan relajados y con ganas de charlar. En este tipo de evento también se podrían añadir velas al sector para que sea un lugar más cálido y los huéspedes se sientan más a gusto.

v. Fiesta de los 60's, 70's y80's (Disco Night)

La ambientación es el punto de partida; se puede conseguir y a la vez elegir un lugar bailable de la época en la que se desea tematizar, decorar con imágenes y posters de moda en ese momento.

El éxtasis y lo energético de la música disco de los 70's harán que tus invitados sientan esa sensualidad que al bailar se tenía en esa época, las luces y no podía faltar la famosa esfera de espejos.

Los invitados quedaran felices después de transportarlos a una fiesta en un ambiente sano, alegre y dinámico. Tanto niños como adultos se divertirán. Por supuesto la música será algo esencial para vivir la alegría y el entusiasmo de los jóvenes de la época.

vi. Medio Oriente

Con decoración, música ambiental al medio Oriente y comida como por ejemplo Humus, con Pan Árabe se lograra un clima diferente para que el cliente sienta que se ha trasladado a Medio Oriente

vii. Black & White

Se puede conseguir este estilo pintando cuerpos y caras con corcho quemado, mucha música y vestimentas. La ropa es también un elemento decorativo: pantalones anchos y camisas con coloridos exageradas.

viii. Halloween

Decorando terroríficamente el lugar donde se realiza, con música y sonidos escalofriantes

ix. Carnaval Veneciano

El carnaval de Venecia surge a partir de la tradición del siglo XVII, en donde la nobleza se disfrazaba para salir a mezclarse con el pueblo. Desde entonces las máscaras son el elemento más importante de dicho evento. Todos en esta fiesta tendrán su máscara. Además, la espectacular participación de un grupo de artistas, zanqueros, acróbatas, mimos, arlequines, malabaristas, harán que sus invitados vivan una experiencia inolvidable.

x. Hippies

En las invitaciones se puede pedir la asistencia en ropa de esa época, carteras y bolsas estilo hippie, vinchas, peinados con trenzas, entre otros...

xi. Batucada brasileña

El lugar deberá ser decorado con mantas, globos. Este tipo de eventos podría contar como elemento principal con artículos de animación como: Collares, Sombreros, panderos, maracas, pelucas, faldas, hombreras, silbatos y otros más. Para que el invitado se sienta un Brasileño más, el organizador puede optar por contar con un grupo de baile con coreografía e integrantes nativos de la región.

Entre otras de las múltiples variedades de fiestas temáticas podemos citar:

- Lejano Oeste
- Noche Flamenca
- Fiesta de Disfraces
- Fiesta de La espuma
- Fiesta de la Nieve
- Fiesta pirata
- Fiesta del terror

O. MEJORES EMPRESAS DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS EN EL PAÍS

En el Ecuador tenemos entre las principales empresas:

- Espelette
- Barlovento
- Letiquette
- Prochef

i. Grupo Barlovento

Es la única empresa de catering a nivel nacional que participa en ferias internacionales y tiene una actualización permanente en innovación gastronómica, decoración, flores y tendencias contemporáneas

Información Corporativa

Misión:

Lograr la satisfacción total de nuestros clientes mediante la preparación y venta de mariscos, comida nacional e internacional de óptima calidad, higiene y presentación, con la máxima eficiencia, agilidad, cortesía y entusiasmo, a través de nuestra cadena de restaurantes, servicio para llevar, a domicilio, catering y eventos a nivel nacional.

Visión:

Al comenzar el nuevo siglo, Grupo Barlovento será la cadena de restaurantes y empresa de eventos más importante y reconocida del Ecuador, líder en la calidad del producto, servicio y satisfacción del cliente, contará con un grupo humano de excelencia, tendrá una sólida y eficiente organización, dispondrá de la tecnología suficiente y necesaria y estará presente en las principales ciudades del país y en otros países de América.

Descripción de la empresa

Nombrar a Grupo Barlovento, es nombrar a la excelencia. Sus 40 años de existencia son actualmente sinónimo de estilo de vida, muchos de los mejores eventos del país han sido atendidos por esta prestigiosa empresa local que además de contar con una cadena de 5 restaurantes en la ciudad de Quito, cuenta con oficinas y plantas de producción de eventos en la capital y en el puerto principal.

El Grupo se ha consolidado a través de la oferta de una logística y experiencia que cuenta con los más altos estándares de calidad de servicio y comida, ya que atiende eventos que van desde cenas románticas de 2 personas hasta mega eventos, como lo fue el centenario de la CCQ que convocó a 5.000 invitados y que tuvo como personal de servicio y cocina a más de 1000 profesionales del servicio, convocados de todas partes del país.

Somos una empresa cien por ciento ecuatorianas, que provee fuentes de trabajo directas e indirectas a más de 200 familias del país.

Grupo Barlovento es la única empresa de catering a nivel nacional que participa en ferias internacionales y tiene una actualización permanente en innovación gastronómica, decoración, flores y tendencias contemporáneas que van desde los colores de la mantelería pasando por dulces, licores, fotografía, carpas hasta elementos externos como invitaciones, música, video, amplificación y todos los elementos necesarios para llevar a cabo un evento único e inolvidable.

Además podemos ajustarnos a la necesidad específica de cada cliente tanto en presupuesto como a nivel de detalles y complementos y de esa manera vivir juntos EL ARTE DE HACER EVENTOS.

ii. Banquetes L`Etiquette

Banquetes y Servicios Hoteleros L`etiquette, es una empresa especializada en la organización de eventos sociales y profesionales, con 16 años en el mercado, cumpliendo con los más altos estándares de calidad, puntualidad y excelencia en el servicio, ubicándonos entre las mejores casas de banquetes del medio.

Servicios

- Organización de Matrimonios, Cocteles, Bautizos, Primeras comuniones y todo tipo de evento social o profesional.
- Alquiler Carpas, mesas, sillas, mantelería, vajilla, cristalería, pistas de baile.
- Servicio de saloneros manejamos personal con 16 años de experiencia.
- Decoración con mantelería y Cristalería moderna.
- Arreglos Florales.
- Tortas, pasteles y Bocados de dulce.
- Grupos musicales, Disk Jockey y Hora loca.
- Juegos Pirotécnicos
- El personal le brindará el asesoramiento necesario antes y durante su evento, esto permite sugerir, programar y adaptarnos a sus gustos y necesidades.
- Todos nuestros ejecutivos están capacitados para cumplir con todos sus requerimientos y necesidades y hacer de ese evento algo único y especial.

Nuestras sugerencias incluyen menaje, bebidas no alcohólicas y servicio completo.

- **Mobiliario:** Mesas redondas, cuadradas, sillas plegables y sillas Tiffany en varios colores. Tableros para 8 y 10 personas. Carpas en varios tamaños. Alfombra roja
- **Cristalería:** Varios modelos y colores
- **Cubertería:** Varios Modelos

- **Lencería:** Mantelerías redondas, cuadradas y rectangulares, mantelerías para tablero, Cubre mantelerías redondas y cuadradas, servilletas, faldones, forros para silla, lazos, bases de colores para sillas Tifanni, capuchones, faldones en varios colores y diseños
- **Equipo:** Pista de baile, tarimas, calefactores, Plasma, Generadores eléctricos.
- **Localización:** Disponemos de quintas en los valles y locales en Quito para sus eventos.
- **Colores disponibles:** azul claro, azul oscuro, azul floreado, verde claro, verde oscuro, verde limón, beige, rosado, amarillo, oro, vino, café, blanco, anaranjado, terracota, brocado de flores, cubre mantel panameños crema, blanco.
- Prácticos calefactores a gas que le permitirán disfrutar de una velada acogedora. (cada calefactor cubre un área de 25 metros).
- Menaje completo para su evento. Tarima, pista de baile, mesas, sillas, tableros, parasoles.
- Disco móvil y grupos musicales.
- Vajilla en varios modelos
- Varias opciones de Quintas en los valles para alquiler.
- Arreglos florales diseñados al gusto del cliente.

IV. METODOLOGÍA

A. LOCALIZACIÓN Y TEMPORIZACIÓN

La presente investigación la realizamos en la Ciudad de Riobamba a partir de Mayo del 2012, con una duración de un año.

B. TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

i. Tipo de estudio

a) Descriptiva

Por qué se analiza y describe cada proceso que se llevó a cabo en la investigación. Y el objetivo no es evaluar una hipótesis de trabajo.

ii. Tipo de Investigación

a) Transversal

Por que se aplicó en un tiempo de duración y en un campo, se recolectaron datos en un solo momento, en un tiempo único

b) No experimental

Por que se observaron situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente; es decir las reacciones en un contexto natural para después analizarlos.

C. POBLACIÓN, MUESTRA O GRUPO DE ESTUDIO

i. Universo y Muestra

El universo estuvo representado por 43.952 hombres y mujeres entre las edades de 35 a 50 años considerados como adultos mayores de la ciudad de Riobamba según datos del INEC recolectados en el censo del año 2001, ya que los resultados del último censo no han sido presentados de manera oficial.

FORMULA DEL MUESTREO

$$n = \frac{N \times Z_{\alpha}^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_{\alpha}^2 \times p \times q}$$

DONDE:

N = tamaño de la población

Z = nivel de confianza (1.96) puesto que la seguridad Z_{α} es del 95% el coeficiente es 1.96

P = probabilidad de éxito, o proporción esperada (0.05)

Q = probabilidad de fracaso (1- p es decir 0.95)

D = precisión (Error máximo admisible en términos de proporción) (0.03)

$$n = \frac{43,952 \times 1,96^2 \times 0,05 \times 0,95}{0,03^2 \times (43,952 - 1) + 1,96^2 \times 0,05 \times 0,95}$$

$$n = \frac{8020,185}{39,738}$$

$$n = 201,82$$

Se requirió encuestar a no menos de 201 personas entre hombres y mujeres con edades entre 35 a 50 años, para poder tener una seguridad del 95%.

D. DESCRIPCIÓN DE PROCEDIMIENTOS

i. Investigación de Mercado Y Marketing

Estudio de mercado

El Estudio de Mercado se realizó con los datos obtenidos los mismos que transformamos a través de la tabulación de acuerdo a las variables presentes en nuestra investigación, de la misma forma se realizaron los estudios estadísticos de los datos recopilados para la presentación de resultados.

Para lo cual realizamos las siguientes actividades:

Encuesta Socioeconómica, encuesta para la Aceptabilidad de la propuesta:

- Se empleó una encuesta socio- económica a los hombres, considerados jefe de hogar , para la investigación (Anexo N.º, Anexo 2)
- Se procedió a la tabulación de cada ítem a través de una tabla de frecuencias
- Para cada ítem de la encuesta se realizó un cuadro estadístico con la utilización del programa EXCEL de cada uno de los porcentajes.
- Se realizó un análisis de resultados de cada ítem.
- Se obtuvo conclusiones para cada uno de los ítems
- Al obtener las conclusiones se procedió a emitir las respectivas recomendaciones
- El informe conto con la implementación de metodología adecuada para el estudio y análisis de resultados.
- Luego de las conclusiones se procedió a elaborar la propuesta que consideremos idónea.

Desarrollo de la investigación:

Los instrumentos que se utilizaron en esta investigación son: encuestas y fichas de registro de datos, los mismos que se adjuntan en los anexos y que nos permitirán obtener la información necesaria para el análisis.

iii. Plan de Empresa

1. Aspecto Técnico

Para realizar el Estudio Técnico se tomó en cuenta las Características de un establecimiento de A y B

Capacidad de instalada de acuerdo al espacio físico

Horarios de ingreso y salida del personal

Porcentaje de utilización de máquinas

Espacios y áreas: distribución de la plata (equipamientos e instalaciones)

Localización: macro y micro localización

Recetas estándar con sus respectivos flujo gramas

Inversión (materia prima, diario, semanal, anual), materia prima indirecta, gastos indirectos de fabricación.

Propuesta (plano): Comunicación directa

2. Estudio Administrativo

Se desarrollaran las estructuras orgánicas de la empresa, dentro de lo que tenemos: designación de jerarquías, funciones del personal, horarios, reglas y normas de la empresa, trámites legales, los mismos que se desarrollarán de acuerdo a los intereses de la Empresa.

3. Estudio Ambiental

Se ejecutara un estudio ambiental mediante el cual se intenta mitigar el impacto ambiental del proyecto teniendo como base las 3R para desarrollar técnicas que impliquen ayudar al medio ambiente.

4. Estudio Financiero

Para realizar el análisis económico se determinaron: activos fijos, diferido, capital de trabajo, fuentes de financiamiento y el uso de fondos. Calculo del servicio de la deuda, cálculo de depreciaciones y amortizaciones. Presupuestos de costos y gastos, ingresos, estado de resultados, flujo de caja proyectado, punto de equilibrio.

5. Viabilidad del Proyecto

En este objetivo se determinó los índices de liquidez que permitieron determinar la viabilidad del proyecto: TIR (Tasa Interna de Retorno), VAN (Valor Actual Neto), PRC (Período de Recuperación del Capital)

V. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

A. PRESENTACIÓN, TABULACIÓN Y ANÁLISIS

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

1. Segmentación del mercado

El universo está representado por 43.952 hombres y mujeres considerados entre las edades de 35 a 50 años considerados como adultos mayores de la ciudad de Riobamba.

Mercado:

El servicio de Catering está dirigido a adultos mayores de la Ciudad de Riobamba.

2. Resultados obtenidos en la encuesta Socio- Económica:

Las encuestas se aplicaron a 201 personas obteniendo los siguientes resultados:

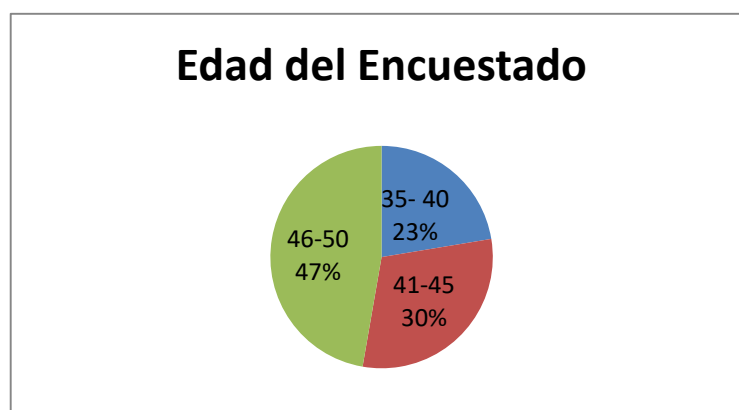
ENCUESTA SOCIO- ECONÓMICA

2.1. Edad del encuestado

Cuadro No 01. Edad del encuestado

Edad	Porcentaje
35- 40	23
41-45	30
46-50	47
Total	100

Grafico No 01. Edad del encuestado



Fuente: Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

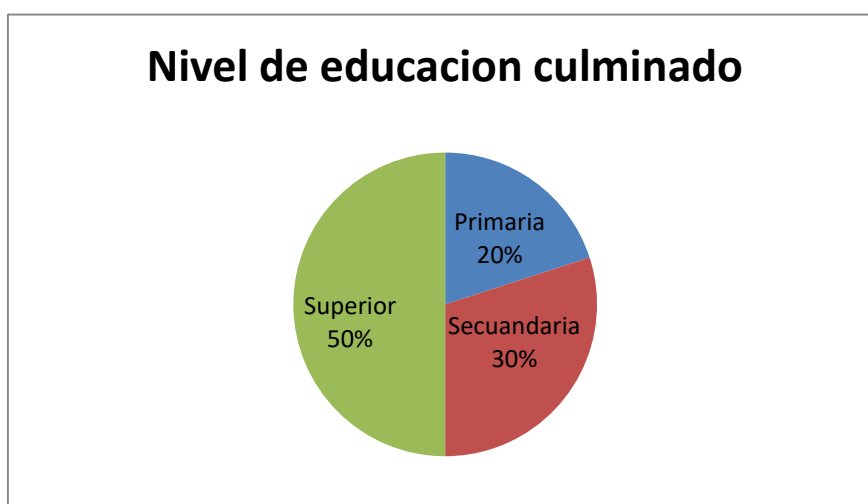
Como se puede observar en el grafico N°1, el 47% de los encuestados son de las edades entre 46-50, mientras que el 30% comprenden las edades de 41-45% y un 23 % son de las edades entre 35 – 40, permitiéndonos conocer el rango de edades a las que irá dirigida nuestra empresa.

2.2. Nivel de educación Culminado

Cuadro No 02. Nivel de educación

Nivel	Porcentaje
Primaria	20
Secundaria	30
Superior	50
Total	100

Grafico No 02. Nivel de Educación Culminado



Fuente: Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

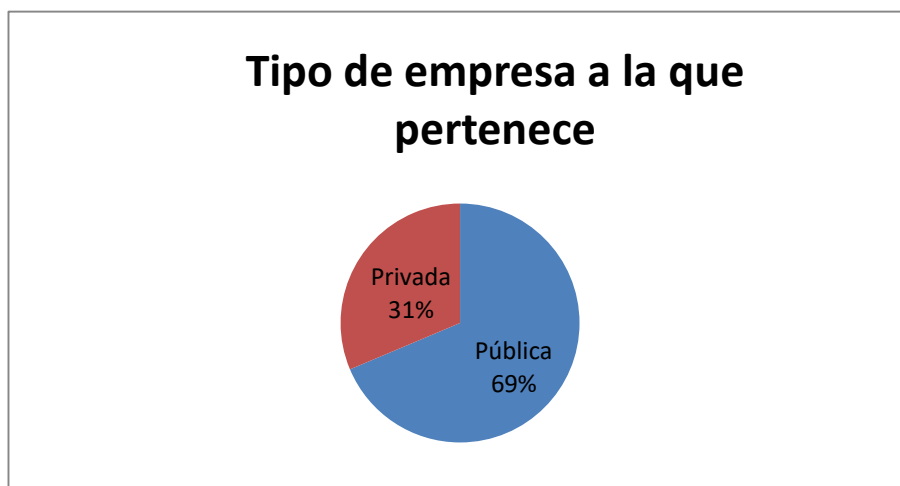
En lo referente al nivel de Educación podemos decir un 20 % culminó el nivel primario, el 30 % concluyeron con su nivel secundario y el 50 % cuentan con un nivel superior

2.3. Tipo de empleo en el que labora actualmente

Cuadro No 03. Tipo de empresa a la que pertenece

Empresa	Porcentaje
Pública	31
Privada	69
Total	100

Grafico No 03. Tipo de Empresa a la que pertenece



Fuente: Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

Como se puede observar en el grafico N° 3, el 31% de los encuestados brindan sus servicios en empresas Privadas, mientras que el 69% se encuentran ejerciendo sus labores en empresas Públicas.

2.4. Actividad

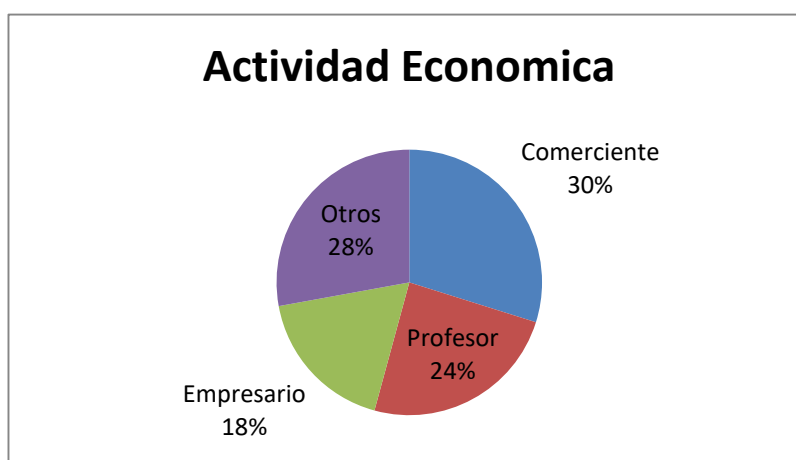
**Cuadro No 04.
Económica**

Actividad	Porcentaje
Comerciante	30
Profesor	24
Empresario	18
Otros	28
Total	100

Económica

Actividad

Grafico No 04. Actividad Económica



Fuente: Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

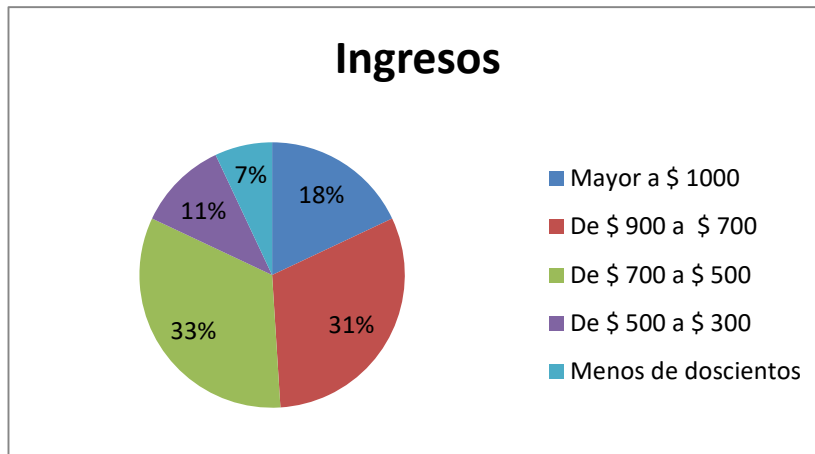
Ingresos	Porcentaje
Mayor a \$ 1000	18
De \$ 900 a \$ 700	31
De \$ 700 a \$ 500	33
De \$ 500 a \$ 300	11
Menos de doscientos	7
Total	100

Entre las personas encuestadas tenemos que un 30 % se desenvuelven como comerciantes, el 24% cumplen el rol de profesores, un 18 % son Empresarios y el 28 % tienen otro tipo de actividades

2.5. Ingresos

Cuadro No 05. Ingresos

Grafico No 05. Ingresos



Fuente: Trabajo e Investigación de campo

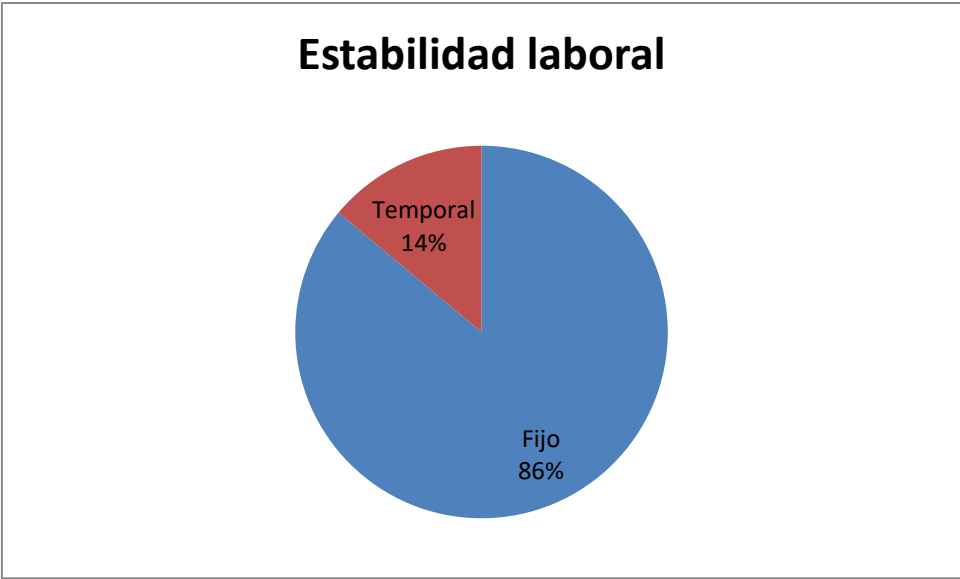
Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

Los ingresos que perciben las personas encuestadas nos dieron como resultado que un 18 % tiene un ingreso mayor a \$ 1000, un 31 % entre \$900 a \$ 700, mientras que un 33% entre \$ 700 a \$ 500, el 11% tiene un ingreso de \$ 500 a \$ 300 y el 7% menos de \$ 200.

2.6. Estabilidad laboral

Cuadro No 06. Estabilidad Laboral

Grafico No 06. Estabilidad laboral



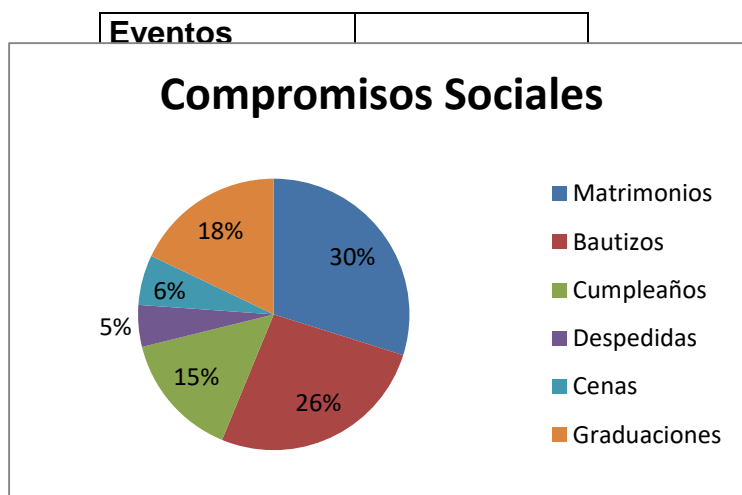
Fuente: Trabajo e			Investigación de campo
Elaborado	Total	100	Elizabeth Samaniego H.
(2012)	por:		

Como se puede observar en el grafico N° 6, el 86% de los encuestados tienen una estabilidad fija, mientras que el 14% cuentan con una estabilidad temporal.

2.7. Compromisos sociales que más celebra

Cuadro No 07. Compromisos Sociales

Grafico No 07. Compromisos Sociales



Fuente: Trabajo e Investigación de campo

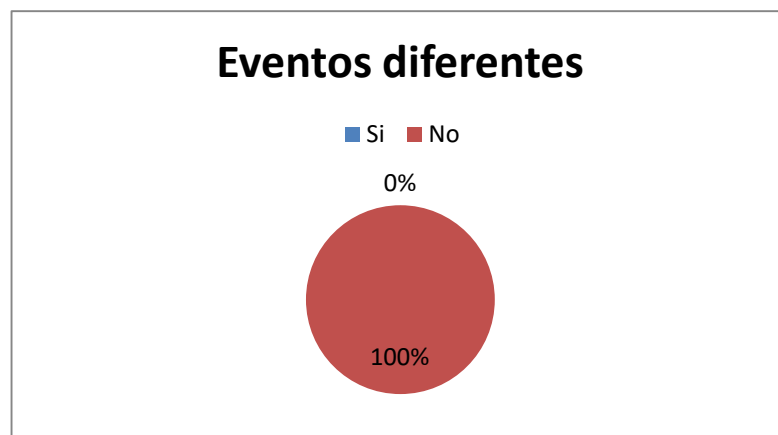
Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

En lo referente a Compromisos sociales un 30 % celebra matrimonios, el 26 % Bautizos un 15 % Cumpleaños, 5% Despedidas, 6% Cenas y un 18 % Celebra Graduaciones.

2.8. ¿Asistió en alguna ocasión a eventos que ofrecieran servicios diferentes a los compromisos sociales clásicos?

Cuadro No 08. Eventos diferentes a los clásicos

Grafico No 08. Eventos diferentes a los Clásicos



Fuente: Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

Como se puede observar en el grafico N° 8, el 100% de los encuestados no han asistido a Eventos que ofrezcan servicios diferentes a los ya conocidos.

2.9. ¿Sabe usted lo q es una Fiesta temática?

Cuadro No 09. Fiesta Temática

Grafico No 09. Fiesta Temática



Fuente: Trabajo e Investigación de campo

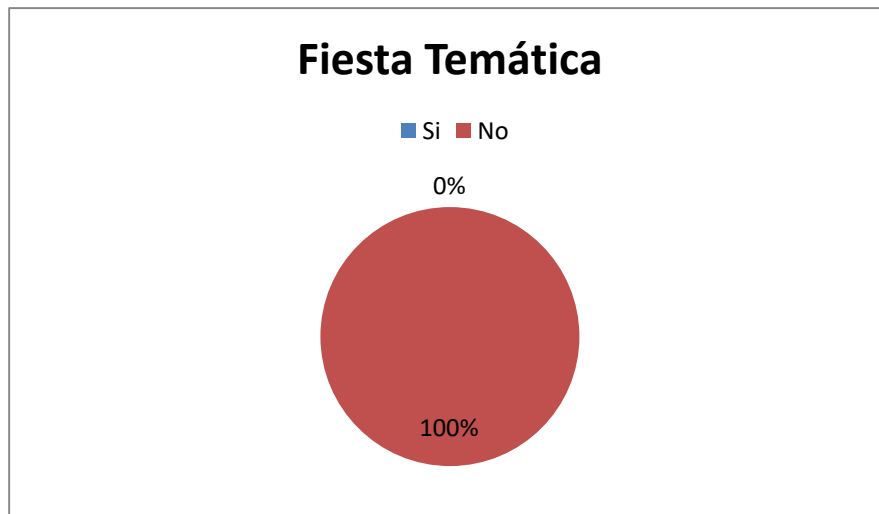
Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

De acuerdo a la encuesta realizada un 85% de personas no saben lo que es una fiesta Temática, mientras que un 15% si conoce lo que es una fiesta Temática

2.10. Ha asistido alguna vez a una fiesta temática

Cuadro No 10. Fiesta Temática

Grafico No 10. Fiesta temática



Fuente: Trabajo e Investigación de campo

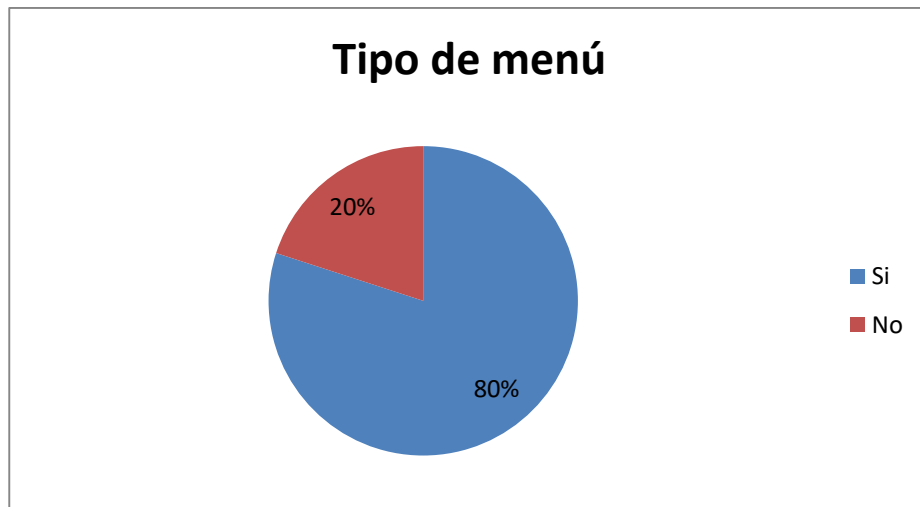
Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

De la encuesta realizada el 100% ha respondido no haber asistido en ningún momento a una fiesta temática

2.11. Le gustaría que en sus eventos se sirva un menú acorde al tema de celebración

Cuadro No 11. Tipo de menú

Grafico No 11. Tipo de menú



Total	100
--------------	------------

Fuente: Trabajo de campo e Investigación de campo

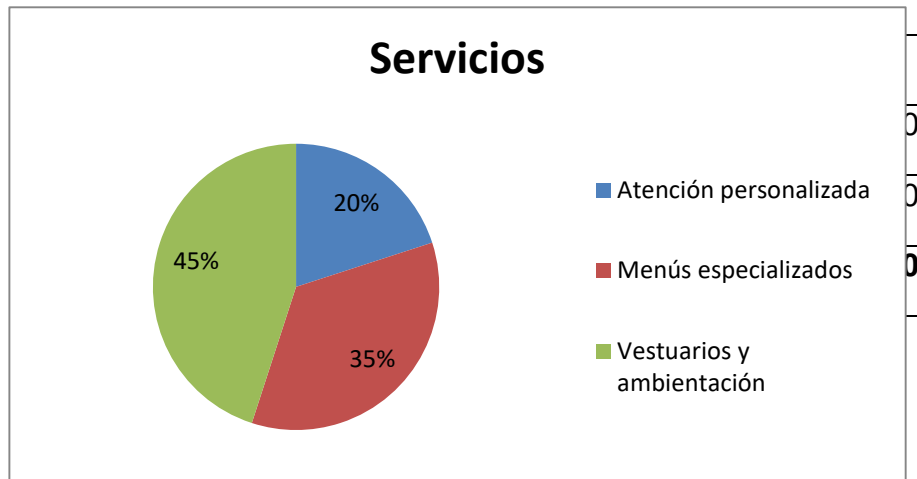
Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

En lo referente a al tipo de menú que el cliente desea que se sirva en su evento nos han indicado que el 80% de encuestados si desean un menú acorde a la celebración, mientras que un 20 % no desearía menú acorde al tema de celebración

2.12. Tipo de servicio que usted desearía de la Empresa de Organización de Eventos

Cuadro No 12. Servicio

Grafico No 12. Servicios



Fuente: Trabajo e Investigación de campo

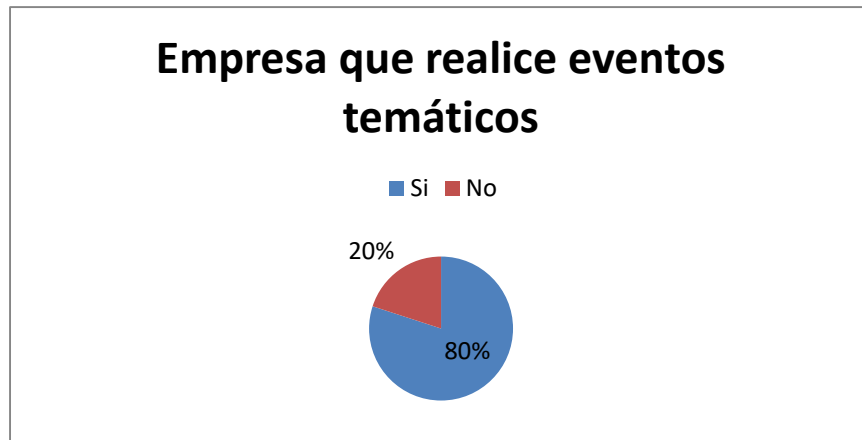
Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

Las personas encuestadas respondieron dentro de los servicios que desearían de la empresa de Organización de eventos un 45 % vestuario y decoración, el 35% menú especializado y el 20% atención personalizada.

2.13. ¿Le gustaría que exista una empresa de Organización de eventos que realice eventos de tipo temático?

Cuadro No 13. Empresa que realice eventos temáticos

Grafico No 13. Empresa que realice eventos temáticos



Fuente: Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

En lo referente a Empresas que realicen eventos temáticos los encuestados manifestaron que el 100 % no conoce de empresas que realicen eventos temáticos

ii. Discusión

1. Perfil del cliente

De acuerdo a los resultados obtenidos en las encuestas realizadas se llegó a identificar el perfil de los futuros clientes para la Empresa de Organización de Eventos. El 47% tienen edades entre 46 a 50 años, un 50% con nivel de Educación superior, trabajan en empresas privadas un 60 % de los encuestados,

en su mayoría un 30 % cumple el rol de comerciante y mientras que un 24% se desenvuelven en el ámbito académico como profesores, un 33% percibe un salario mensual entre los\$ 500 a \$700, y un 86 % cuentan con una estabilidad laboral Fija.

Un 30 % de los encuestados manifestaron que los eventos que más celebran son los matrimonios en un 30 % y los bautizos en un 26 %.El 61 % respondió no haber asistido a celebraciones en los que se ofrezcan algo diferente a los eventos clásicos. De igual manera un 85% no conoce lo que es un evento temático, mientras que un 100% respondieron no haber asistido a una fiesta temática. El 80% aceptaría que en su evento se sirva un menú acorde al tema de celebración. En lo referente a los servicios adicionales que la empresa ofertaría un 45% estaría de acuerdo con los vestuarios y ambientación para su evento y un 35% menús especializados, finalmente un 80% de los encuestados le gustaría que exista una Empresa que se dedique a ofrecer eventos temáticos.

VI. PLAN DE EMPRESA

A. ASPECTOS TÉCNICOS

i. Determinación del tamaño de la empresa

La empresa de Catering en la Ciudad de Riobamba cuenta con una infraestructura de 310 m² lo que nos proporciona la facilidad de producir hasta para 500 Pax

ii. Capacidad de producción

La capacidad de producción de la empresa está determinada en función a la proyección anual en base a la pregunta número 7 de la encuesta de aceptación del servicio del Estudio de Mercado **¿Le gustaría que exista una empresa de Organización de eventos que realice eventos de tipo temático?**, según la cual un 80 % acepta la propuesta y por lo tanto existe Demanda.

Cuadro No 14. Capacidad de Producción del Servicio de Catering

AÑOS	ESTIMADO PRODUCCIÓN SEMANAL	NUMERO DE EVENTOS
2012	200 PAX	1
2013	275 PAX	1
2014	350 PAX	2
2015	425 PAX	2
2016	500 PAX	3

Fuente: Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

La planta llegara a producir hasta un máximo de 500 Pax y podrá cubrir hasta 3 eventos semanales basándose en la disponibilidad de Infraestructura para la producción, recursos humanos, espacio para almacenamiento y recursos económicos.

Porcentaje de utilización tanto en infraestructura y maquinaria

Se utilizara un 33,33 % de maquinaria e infraestructura ya que se trabajara un turno de 8 horas diarias divididas de la siguiente manera:

Horarios de entrada y salida del personal:

La planta se abrirá a partir del día miércoles hasta el domingo, el personal tendrá un horario de entrada dividido de la siguiente manera:

Cuadro No 15. Horarios de entrada y salida del personal

CARGO	HORARIO DE ENTRADA		DÍAS DE TRABAJO
Administrador	8:00- 12:00	14:00- 18:00	Miércoles a Domingo
Asistente Administrativo	8:00- 12:00	14:00- 18:00	Miércoles a Domingo
Chef	8:00- 12:00	14:00- 18:00	Miércoles a Domingo
Sub Chef	8:00- 12:00	14:00- 18:00	Miércoles a Domingo
Asistente de A& B	8:00- 12:00	14:00- 18:00	Miércoles a Domingo
Cocineros	8:00- 12:00	14:00- 18:00	Miércoles a Domingo
Ayudantes de Cocina	8:00- 12:00	14:00- 18:00	Miércoles a Domingo
Chef de partida/ Pastelería	8:00- 12:00	14:00- 18:00	Miércoles a Domingo
Ayudante de Pastelería	8:00- 12:00	14:00- 18:00	Miércoles a Domingo
Posillero	8:00- 12:00	14:00- 18:00	Miércoles a Domingo
Capitán	8:00- 12:00	14:00- 18:00	Miércoles a Domingo
Saloneros	8:00- 12:00	14:00- 18:00	Miércoles a Domingo
Bodeguero	8:00- 12:00	14:00- 18:00	Lunes a Viernes

Fuente: Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

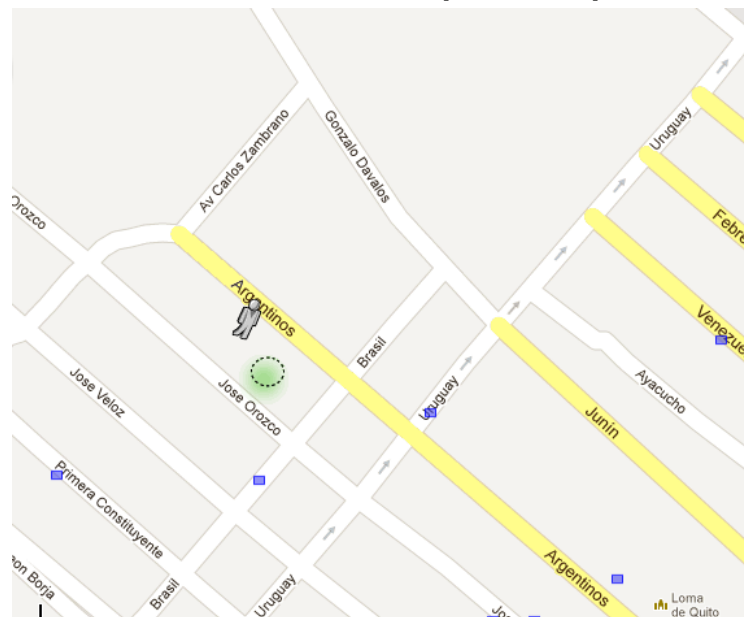
Los horarios no son rotativos puesto que la planta no atiende en las noches y el personal realizara sus tareas en el día.

iii. Localización

MACRO: Esta ubicado en Ecuador en la Provincia de Chimborazo

MICRO: La localización de la planta de producción será en la Ciudad de Riobamba en el centro norte de la ciudad lo que permite facilidad de acceso a proveedores, clientes, no existe mayor circulación vehicular por lo que hay disponibilidad para encontrar estacionamiento.

Grafico No 14 Localización de la planta de producción



Fuente: Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

La planta de producción cuenta con terreno propio y la construcción se realizara en el proyecto, la distribución de la planta cuenta con las normas de seguridad establecidas tiene una superficie de 310 m² divididos para el área de Producción y Administrativo

iv. Proceso de Producción del bien

La empresa de Catering ofrece variedad de menús que el cliente puede escoger de acuerdo al tipo de evento que desee realizar, se detallan a continuación:



Cuadro No 16. Horarios de entrada y salida del personal

ENTRADA	PLATO FUERTE	POSTRE
MENÚ 1: Comida Argentina		
Puchero	Genero principal : Vació relleno al horno Salsa: salsa criolla Guarnición de carbohidratos: papas rioplatenses Guarnición de vegetales: Ensalada de repollo colorado	Dulce de leche
MENÚ 2: Comida EEUU		
Noggets de pollo con salsa holandesa	Genero principal: Costillas de cerdo Salsa: salsa BBQ Guarnición de carbohidratos: Papa hotelera Guarnición de vegetales: Jardinera de vegetales	Brownies de chocolate
MENÚ 3: Comida Brasileña		
Caldo verde	Genero principal: Feijoada Guarnición de carbohidratos: Farofa Guarnición de vegetales: Ensalada brasileña	Brigadeiro

Fuente: Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)



Cuadro No 17. Receta estándar de puchero

 NOMBRE DE LA RECETA: PUCHERO					
TIPO: Entrada Nº DE PAX: 8					
					
INGREDIENTES					
Cantidad	Unidad	Detalle	Mise en place	P. Unitario	P. Total
500	gr	Carne de res magra	Dados	2,00 c / 500 gr	2,00
0,5	una	pechuga pollo	Dados	1,25 c / 500 gr	1,25
100	gr	tocino	Small dice	2,00 c / 100 gr	2,00
2	una	chorizo		1,70 c / 500 gr	1,70
1	una	morcilla		1,20 c / u	1,20
1	rama	cebolla perla	Brunoise	0,10 c / u	0,10
0,5	rama	cebolla puerro	Slice	0,15 c / u	0,15
2	una	papas medianas	Dados (sin pelar)	0,05 c/u	0,10
1	una	zanahoria grande	Juliana	0,05 c/u	0,05
250	gr	zapallo	Dados	0,50 c / 250 gr	0,50
2	una	camote		0,15 c / u	0,30
1	una	choclo tierno	Cortado	0,20 c / u	0,20
150	gr	garbanzos	Lavados	0,50 c / 250 gr	0,30
30		sal en grano		0,10	0,10
20		pimienta negra en grano		0,05	0,05
250	c/c	aceite de oliva		2,80 c / 250 gr	2,80
30	cc	vinagre blanco		0,10	0,10
60	cc	mostaza		0,30	0,30
Costo total					13,20
Costo por porción :					1,65
PROCEDIMIENTO:					
<ul style="list-style-type: none"> ✗ Sofreír ajo, cebolla perla brunoise, zanahoria, carne magra de res (cuando ya esté dorado) colocar el pollo, agua de garbanzo, fondo, cebolla puerro Espumar. ✗ Añadir el sobrante del agua de garbanzo (pelar el ají), agua, choclo, agregar el ají pelado, tocino. ✗ Cocinar a fuego lento por unos cuarenta minutos, y añadir las papas, los camotes, el zapallo, el tocino y los chorizos, morcilla y dejar al fuego por otros cuarenta minutos. 					

Fuente: Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)



Cuadro No 18. Receta estándar de relleno al grill con salsa criolla

 NOMBRE DE LA RECETA: VACÍO RELLENO AL GRILL CON SALSA CRIOLLA					
TIPO: Plato Fuerte – Proteína				Nº DE PAX:	
8					
					
INGREDIENTES					
Cant	Unidad	Detalle	Mise en place	P. Unitario	P. Total
200	gr	Tocino	En Laminas	2,00 c / 100 gr	4,00
150	gr	Mozzarella	En laminas	2,50 c/ 150 gr	2,50
1000	gr	Vacío	Limpio	3,00 c/500 gr	6,00
10	gr	Ajo	Picado	0,10 c/10 gr	0,10
10	Gr	Perejil	Picado	0,05 c/10 gr	0,05
3	U	Huevo	Cocido	0,12 c/u	0,36
10	gr	Sal		0,10	0,10
3	gr	Pimienta		0,05	0,05
15	gr	Sal Gruesa		0,10	0,10
SALSA CRIOLLA					
1	U	Cebolla	Brunoise	0,10	0,10
1	U	Pimiento rojo	Bruniose	0,10	0,10
1	U	Tomate riñón	Concaseé	0,10	0,10
1	U	Ajo	Picado	0,03	0,03
5	gr	Pimienta negra		0,10	0,10
1	Cdta	Orégano		0,05	0,05
50	gr	Aceite de oliva		2,00 c/ 100 gr	1,00
15	Gr	Ají	Triturado	0,10	0,10
10	Gr	Sal		0,10	0,10
Costo total					14,94
Costo por porción					1,86
PROCEDIMIENTO:					
<ul style="list-style-type: none"> ✘ Dorar el tocino en una sartén hasta que este crocante ✘ Hacer rollos con el queso el tocino armando dos tubos (repartir equitativamente los ingredientes, mitad en cada tubo) bien compactos Agujerear el vacío como si fuera una bolsa y distribuir el ajo y el perejil picados en el interior, luego introducir los tubos y en el centro ubicar, alineados, los huevos. Cerrar la bolsa con un palillo de brochette, sal pimentar y llevar a la parrilla, vuelta y vuelta. La cocción se realiza al horno, bien caliente, 25 minutos a 350 °C 					
SALSA					
<ul style="list-style-type: none"> ✘ Picar finamente, casi trituradas, la cebolla, el pimiento, el tomate, el ajo, mezclar con el aceite de oliva y las especias (pimienta, orégano, ají triturado) y salsear a gusto. 					

Fuente: Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)



Cuadro No 19. Receta estándar de papas rioplatenses

 NOMBRE DE LA RECETA: PAPAS RIOPLATENSES					
TIPO: Plato Fuerte- Guarnición Carbohidratos				Nº DE PAX:	
10					
					
INGREDIENTES					
Cant.	Unidad	Detalle	Mise en place	P. Unitario	P. Total
4	und	Papas grandes	Lavadas, peladas, corte chip	0,30 c/ lb	0,60
2	und	Tomate riñón	Concassé	0,40 c/lb	0,20
20	gr	Ajo	Repicado		
20	cc	Pasta de tomate		0,30	0,30
20	gr	Avena		0,10	0,10
0,5	Lt	Fondo obscuro		0,50	0,50
50	gr	queso parmesano		0,80 C / 100 gr	0,40
		Culantro - perejil		0,10	0,10
		sal / pimienta		0,10	0,10
Costo total					2,10
Costo por porción					0,26
PROCEDIMIENTO:					
<ul style="list-style-type: none"> ✘ En un sartén sofreír con aceite de oliva: ajo + cebolla perla + avena + agua. ✘ Después incorporamos tomate concassé + pasta de tomate, damos sabor con sal + pimienta molida. ✘ Añadir el fondo obscuro, culantro, perejil. ✘ Incorporar las papas, tomate con queso parmesano y concluimos con la papa sobrante. ✘ Corregir sabores y servir. 					

Fuente: Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

Cuadro No 20. Receta estándar ensalada de repollo colorado

 NOMBRE DE LA RECETA: ENSALADA DE REPOLLO COLORADO					
TIPO: Plato Fuerte- Guarnición Vegetales				Nº DE PAX: 15	
					
INGREDIENTES					
Cant.	Und	Detalle	Mise en place	P. Unitario	P. Total
1/2	U	Repollo colorado	Picado	0,60 c/ u	0,30
150	gr	Nueces peladas	Picado	1,80 c/125 gr	2,00
2	cdas	Mayonesa		0,15	0,15
2	cdas	Crema de leche	Montada	0,20	0,20
2	gr	Limón		0,05	0,05
3	gr	Sal		0,05	0,05
1	U	Manzana verde	Picada	0,30 c / u	0,30
5	gr	Aceite de oliva		0,25	0,25
5	gr	Vinagre		0,10	0,10
Costo total					3,40
Costo por porción					0,22
PROCEDIMIENTO:					
<ul style="list-style-type: none"> ✘ En un sartén sofreír con aceite de oliva: ajo + cebolla perla + avena + agua. ✘ Después incorporamos tomate concassé + pasta de tomate, damos sabor con sal + pimienta molida. ✘ Añadir el fondo oscuro, culantro, perejil. ✘ Incorporar las papas, tomate con queso parmesano y concluimos con la papa sobrante. ✘ Corregir sabores y servir. 					

Fuente: Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

Cuadro No 21. Receta estándar de dulce de leche

 NOMBRE DE LA RECETA: DULCE DE LECHE					
TIPO: Postre			Nº DE PAX: 12		
					
INGREDIENTES					
Cant.	Unidad	Detalle	Mise en place	P. Unitario	P. Total
4	Lt	Leche	Hervido	0,70 c / litro	2,80
1	kg	Azúcar Blanca		1,00 c / kg	1,00
½	cdta	Bicarbonato		0,60 c / 125 gr	0,10
2	cdas	Esencia de vainilla		0,80 c / 100 gr	0,10
Costo total					4,00
Costo por porción					0,33
PROCEDIMIENTO:					
<ul style="list-style-type: none"> ✘ Colocar todos los ingredientes en un recipiente grande, preferentemente de cobre o aluminio, y cocinarlo con fuego fuerte, revolviendo con cuchara de madera para que no se pegue. ✘ Cuando tome color (marrón claro) y este espesándose se baja el fuego al mínimo y se sigue cocinando, tomando la precaución de revolverlo de vez en cuando para que no se quemé y no se pegue. Una vez que esté a punto (no corre) se retira del fuego. Se coloca el recipiente sobre agua fría y se continúa revolviendo un rato, esto hace que el dulce espese más. 					

Fuente: Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

Cuadro No 22. Receta estándar de noggets de pollo con salsa holandesa

 NOMBRE DE LA RECETA: NOGGETS DE POLLO CON SALSA HOLANDESA					
TIPO: Entrada			Nº DE PAX:5		
					
INGREDIENTES					
Cant	Unid	Detalle	Mise en place	P. Unitario	P. Total
1	Unidad	Pechuga/ pollo	Fileteada	1,30 c / 500 gr	2,60
20	gr	ajo	Repicado	0,15	0,15
5	gr	Sal/ pimienta		0,10	0,10
1	unidad	huevo	Batido	0,12 c / u	0,12
50	gr	harina		0,50 c / 500 gr	0,05
200	gr	aceite		2,50 c / 1000gr	0,50
SALSA HOLANDESA					
2	Unidad	Yema de huevo		0,12 c / u	0,24
50	gr	Mantequilla	Clarificada	1,00 c / 500 gr	0,10
25	gr	Vinagre de vino blanco		0,50	0,50
5	gr	Sal/ Pimienta blanca		0,10	0,10
3	gr	Zumo de limón		0,10	0,10
Costo total					4,56
Costo por porción					0,92

PROCEDIMIENTO:

- Mezclamos el huevo con el agua en un bowl.
- A continuación, en otro bowl, mezclamos el resto de ingredientes, salvo el pollo.
- Cada filete de pollo lo partimos en trozos del tamaño deseado.
- Pasaremos cada trozo de pollo por el bol con huevo y agua para luego pasarlos por la otra mezcla y que se impregne todo; y volveremos a repetir la operación.
- Ponemos la freidora al máximo de grados, o una sartén con abundante aceite a fuego máximo, y freímos hasta que estén dorados y crujientes.

SALSA

- Fundir la mantequilla sin que hierva y resérvala.
- En un recipiente a baño maría colocar las yemas con el vinagre y unas gotitas de zumo de limón.
- Batir hasta que empiece a espumar.
- Añadir la mantequilla clarificada sin dejar de batir y poco a poco
- Añadir sal y una pizca de pimienta blanca.

Fuente: **Trabajo e Investigación de campo**

Elaborado por: **Elizabeth Samaniego H. (2012)**

Cuadro No 23. Receta estándar de costillas de cerdo en salsa BBQ


NOMBRE DE LA RECETA: COSTILLAS DE CERDO EN SALSA BBQ
TIPO: PLATO FUERTE :
Nº DE PAX: 6

INGREDIENTES

Cant	Unid	Detalle	Mise en place	P. Unitario	P. Total
3	U	Costillas / cerdo	Lavadas	2,20 c / 500 gr	6,60
2	U	Cebolla colorada	Corte brunoise	0,60 c / 500 gr	0,30
10	gr	Ajo	Repicado	0,10	0,10
200	gr	Jugo de naranja	Zumo	0,10 c / u	0,60
2	U	Cascara/ naranja		0,10 c / u	0,20
3	U	Limón	Zumo	0,10 c / u	0,30
100	gr	Azúcar		0,50 c / 500 gr	0,10
10	gr	Sal/ Pimienta		0,10	0,10
SALSA BBQ					
1	U	Cebolla colorada	Corte Juliana	0,60 c / 500 gr	0,15
10	cc	Aceite/ oliva		2,70 c / 200 gr	0,14
250	gr	Azúcar morena		2,00 c / 2000 gr	0,25
10	gr	Sal/ Pimienta		0,10	0,10
125	cc	Salsa de soja		0,50	0,50
3	U	Limón	Zumo	0,10 c / u	0,30
500	Gr	Salsa de tomate		1,50 c / 500gr	1,50
10	gr	Humo liquido		0,50	0,50

Costo total	11,74
Costo por porción	1,95
PROCEDIMIENTO:	
<ul style="list-style-type: none"> ■ Limpiar las costillas, sacarles el exceso de grasa y cortar cada tira de 2 a 3 porciones. Colocar en un bowl el ajo y la <i>cebolla</i> picados, mezclar con el jugo y la cáscara de <i>naranja</i>, azúcar, sal y pimienta. ■ Colocar sobre las costillas Dejar marinar durante 3 horas dentro del refrigerador. 	
SALSA BBQ	
<ul style="list-style-type: none"> ■ Sofreír la cebolla picada en el aceite hasta que este transparente, agregar el azúcar, sal y pimienta. Verter la <i>salsa de soja</i> y la salsa de tomate. Dejar cocinar hasta que la salsa tome consistencia espesa y por último añadirle el humo líquido. ■ Colocar las costillas en una placa para horno y barnizar con la salsa BBQ. Llevar al horno precalentado a 380° C y cocinar de 45 minutos a 1 hora. Barnizar las costillas con salsa BBQ cada 10 minutos. 	

Fuente: Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

Cuadro No 24. Receta estándar de papa hotelera y jardinera de vegetales

		NOMBRE DE LA RECETA: PAPA HOTELERA y JARDINERA DE VEGETALES			
TIPO: Guarnición de Carbohidratos y Vegetales			Nº DE PAX 8		
					
INGREDIENTES					
Cant	Unid	Detalle	Mise en place	P. Unitario	P. Total
1000	gr	Papa	Lavada	0,30 c / 500 gr	0,60
200	gr	Mantequilla	Derretida	1,00 c / 500 gr	0,40
10	gr	Sal		0,10	0,10
JARDINERA					
100	gr	Espárragos	Lavado y picados	1,00	1,00
100	gr	Tomatito pera	Lavado	1,00	1,00
100	gr	Palmito	Picado	1,00	1,00
5	gr	Sal/ Pimienta blanca		0,10	0,10
5	cc	Vinagre/ jerez		0,50	0,50
Costo total					4,70

Costo por porción	0,58
PROCEDIMIENTO:	
PAPAS	
<ul style="list-style-type: none"> Lavar las papas, untarles mantequilla y sal y envolverlas en papel aluminio , hornearlas y al finalizar realizar un corte en cruz antes de servir 	
JARDINERA	
<ul style="list-style-type: none"> En un bowl mezclar los ingredientes previamente lavados y cortados y aderezar con sal pimienta y vinagre de jerez. 	

Fuente: Trabajo e Investigación de campo
Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

Cuadro No 25. Receta estándar de brownies de chocolate

		NOMBRE DE LA RECETA: BROWNIES DE CHOCOLATE			
TIPO: POSTRE		Nº DE PAX: 12			
					
INGREDIENTES					
Cant	Unid	Detalle	Mise en place	P. Unitario	P. Total
150	gr	Chocolate en barra	Small dice	\$ 2,25 c/250 gr	1,35
250	Gr	Manteca		0,50 c/250 gr	0,50
250	gr	Harina blanca	Tamizado	0,40 c/500 gr	0,20
150	gr	Azúcar		0,35 c/500 gr	0,11
10	Gr	Levadura		0,20 C/10 gr	0,20
4	U	Huevos	Batidos	0,10 c/ U	0,40
100	gr	Pistachos	Molidos	1,25 c/100 gr	1,25

100	gr	Chocolate blanco	Small dice	2,50 c/250 gr	1,00
Costo total					5,01
Costo por porción					0,42
PROCEDIMIENTO:					
<ul style="list-style-type: none"> ■ Poner en un bowl el chocolate en barra y la manteca, fundirlos a baño maría y dejarlos enfriar. ■ Tamizar la harina y la levadura y ponerlos en un bowl junto al azúcar. ■ Agregar lentamente los huevos batidos a la preparación de chocolate y manteca revolviendo con cuchara de madera. ■ Añadir esta crema sobre los ingredientes secos, siempre mezclando, cuando la preparación está bien homogénea, agregar los pistachos y el chocolate blanco, revolviendo bien. ■ Engrasar los lados del molde cuadrado y forrar el fondo con papel de horno. ■ Colocar en los moldes la preparación y nivelarla bien con una espátula. ■ Hornear a 180°C durante 30 minutos y comprobar la cocción introduciendo un palillo. ■ Sacar del horno y dejar enfriar en el molde durante 20 minutos aproximadamente. ■ Cuando está frío cortarlo y servir 					

Fuente: Trabajo e Investigación de campo
Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

Cuadro No 26. Receta estándar de caldo verde

		NOMBRE DE LA RECETA: CALDO VERDE			
TIPO: ENTRADA			Nº DE PAX: 2		
					
INGREDIENTES					
Cant	Unid	Detalle	Mise en place	P. Unitario	P. Total
1500	cc	Agua		0,80 c / 500 gr	0,24
6	U	Papas medianas	Médium dice	0,12 c / u	0,84
1	U	Cebolla puerro	Brunoise	0,75 c / 500 gr	0,09
1	Hoja	Col	Small Dice	2,70 c / 200 gr	0,41

10	Gr	Aceite de oliva			
10	Gr	sal - pimienta		0,10	0,10
Costo total					1,68
Costo por porción					0,84
PROCEDIMIENTO:					
<ul style="list-style-type: none"> ■ Cocer las papas y la cebolla puerro hasta que estén tiernos. ■ Retirar del fuego, aplastar las papas (hacer un puré) y llevar nuevamente al fuego hasta que hierva. ■ Incorporar la col y cocer diez minutos sin tapar, aderezar con aceite de oliva y sal y servir bien caliente. 					

Fuente: Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

Cuadro No 27. Receta estándar de Feijoada

		 NOMBRE DE LA RECETA: FEIJOADA			
TIPO: PLATO FUERTE		Nº DE PAX: 8			
					
INGREDIENTES					
Cant	Unid	Detalle	Mise en place	P. Unitario	P. Total
2	und	Codillo /cerdo		1,00 c / u	2,00
2	und	Oreja de cerdo	Cocinada y cortada	0,50 c / u	1,00
1	und	Lengua / cerdo	Cocinada y cortada en juliana	4,00 c / u	4,00
150	gr	Tocino ahumado	Dorado	12,00 c / 1000 gr	1,80
150	gr	Jamón ahumado	dorado	8,00 c / 1000 gr	1,20
150	gr	Carne de cerdo		2,00 c / 500 gr	0,60
50	gr	Cuero de cerdo	Cortado en juliana	2,00 c / 500 gr	0,20
100	gr	Chorizo	Sellado y cortado	1,70 c / 500 gr	0,34
500	gr	Frejol negro pequeño	cocinado	1,50 c / 500 gr	1,50

50	gr	Cebolla perla	brunoise	0,75 c / 500 gr	0,08
30	gr	Cebolla blanca	brunoise	0,10	0,10
30	gr	Ajo		0,20	0,20
40	gr	Tomate		0,10	0,10
2	hojas	Laurel		0,05	0,05
3	und	Naranja	jugo	0,10 c / u	0,30
20	cc	aceite		0,20	0,20
		culantro y perejil		0,10	0,10
Costo total					13,77
Costo por porción					1,72

PROCEDIMIENTO:

- En una sartén untamos aceite de oliva, luego sofreímos el ajo y la cebolla blanca en brunoise.
- En una olla untamos aceite de oliva, luego añadimos los tomates(corte macedonia), después previamente cocinado en una olla a presión y durante unos 45 minutos aproximadamente añadimos el frejol negro más el jugo de naranja, añadimos también las orejas de cerdo ya cocinadas y cortadas al igual que la lengua y los codillos.
- Por último añadimos el fondo que quedo al cocinar las orejas de cerdo para evitar que se seque la preparación, aromatizamos con laurel, culantro y perejil y posteriormente corregimos sabores con un poco de sal y pimienta.

Fuente: Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

Cuadro No 28. Receta estándar de Farofa

 <p>NOMBRE DE LA RECETA: FAROFA</p>					
TIPO: Guarnición DE CARBOHIDRATOS				Nº DE PAX: 8	
					
INGREDIENTES					
Cant	Unid	Detalle	Mise en place	P. Unitario	P. Total
150	gr	Harina de mandioca		0,80 c / 500 gr	0,24
7	und	Huevos	Batidos	0,12 c / u	0,84
60	gr	Cebolla perla	Brunoise	0,75 c / 500 gr	0,09
30	cc	Aceite de oliva		2,70 c / 200 gr	0,41
10	Gr	sal - pimienta		0,10	0,10

10	gr	culantro - perejil		0,10	0,10
Costo total					1,78
Costo por porción					0,22
PROCEDIMIENTO:					
<ul style="list-style-type: none"> ■ En una sartén untamos el huevo batido. ■ Añadimos sal y pimienta, removemos hasta conseguir que se genere grumos y una masa con consistencia. ■ Después añadimos maicena poco a poco y por últimos para darle un poco de color añadimos culantro y perejil. 					

Fuente: Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

Cuadro No 29. Receta estándar de Ensalada Brasileña

					
NOMBRE DE LA RECETA: ENSALADA BRASILEÑA					
TIPO: GUARNICIÓN DE VEGETALES				Nº DE PAX: 6	
					
INGREDIENTES					
Cantid ad	Unid ad	Detalle	Mise en place	P. Unitario	P. Total
50	gr	Lechuga crespa	En hojas	0,30	0,30
50	gr	Palmito natural	Corte batonet	0,80	0,80

50	gr	Mango	Corte batonet	0,30	0,30
50	gr	Tomate		0,40 c / 500 gr	
0,25	und	Aguacate		0,10	0,10
30	cc	Vinagre de frutas		1,50 c / 250 cc	0,18
1	und	Pan blanco	Tostado	0,10	0,10
25	gr	Almendras		2,00 c / 200 gr	0,25
30	cc	Aceite de oliva		2,70 c / 200 gr	0,41
Costo total					2,44
Costo por porción					0,30

PROCEDIMIENTO:

- El pan mandamos al horno hasta que se tosté y este crujiente.
- Luego lo untamos con mantequilla y mandamos al horno.
- El palmito cortamos en batonet y el aguacate un corte a criterio para decorar.
- Ponemos como base la lechuga y luego decoramos con todos los ingredientes ya preparados

Fuente: Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

Cuadro No 30. Receta estándar de Brigadeiro

		NOMBRE DE LA RECETA: BRIGADEIRO			
TIPO: Guarnición DE CARBOHIDRATOS			Nº DE PAX: 10		
					
INGREDIENTES					
Cant	Unid	Detalle	Mise en place	P. Unitario	P. Total
225	gr	Leche condensada		2,50 c / 225 gr	2,50
1	cita	Mantequilla	Fundida	1,00 c / 500 gr	0,84

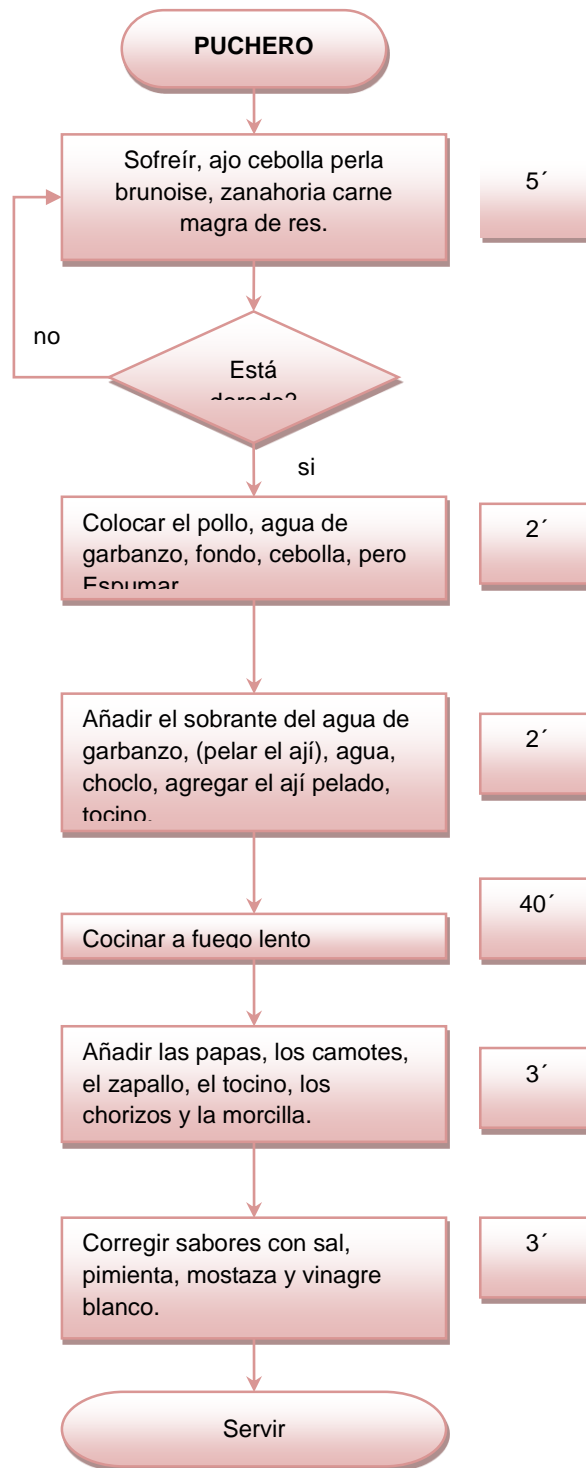
3	cita	Caco en polvo	Tamizada	2,8 c / 500 gr	0,17
100	gr	Chispas de chocolate		0,80 c / 125 gr	0,64
50	gr	Coco rallado		1,20 c / 125 gr	0,48
Costo total					4,63
Costo por porción					0,46
PROCEDIMIENTO:					
<ul style="list-style-type: none"> ■ Mezclar la leche condensada, con la mantequilla y el caco en una cazuela cocer a fuego medio y remover bastante hasta que la mezcla se espese. ■ Deja la mezcla templar y forme pequeñas bolitas, después de lubricar tu mano con mantequilla. ■ Correr las bolitas sobre chocolate granulado. 					

Fuente: Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

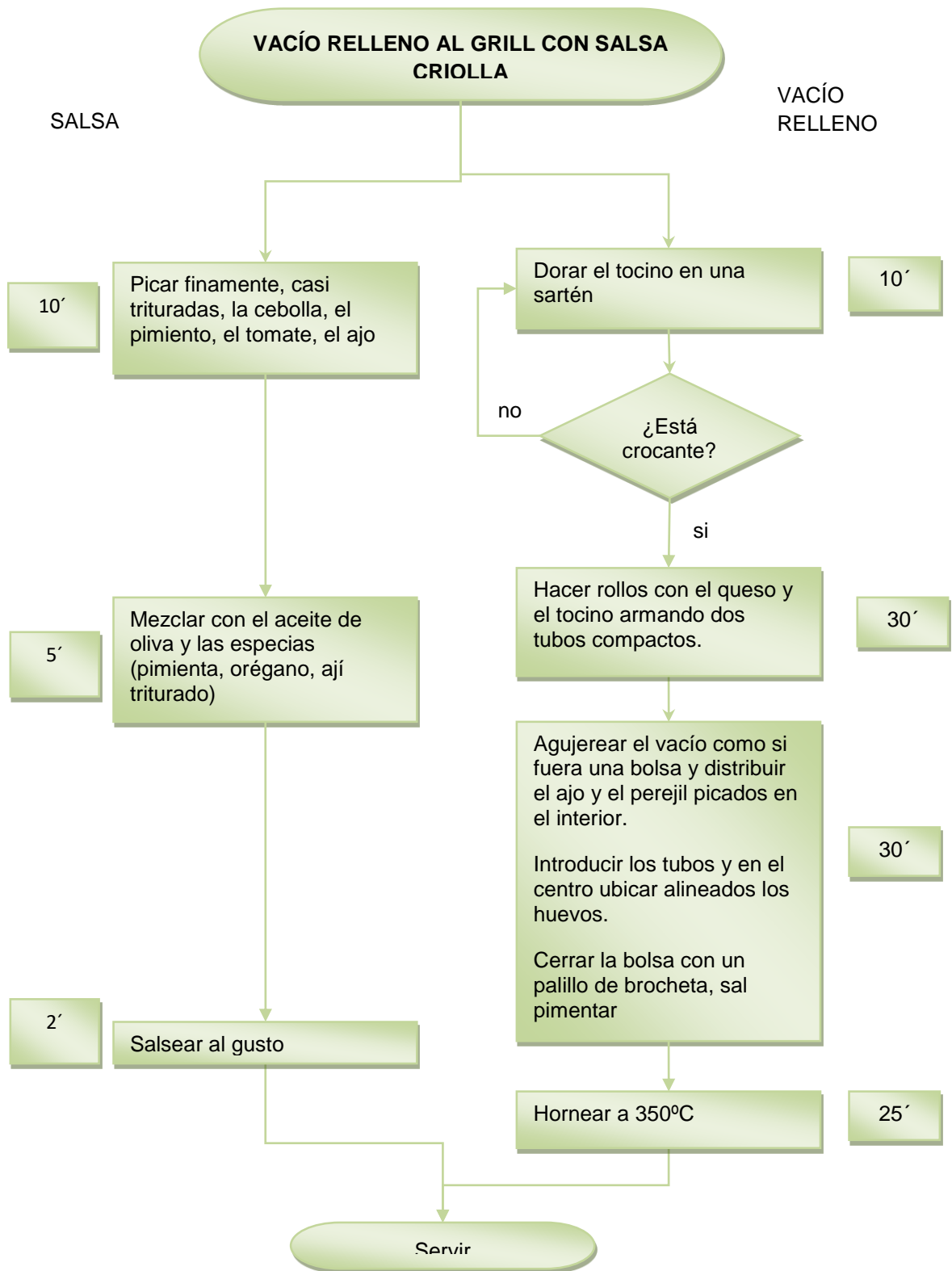
FLUJO GRAMAS DE PROCESOS PARA LAS RECETAS

Figura No 01. Procedimiento receta Puchero



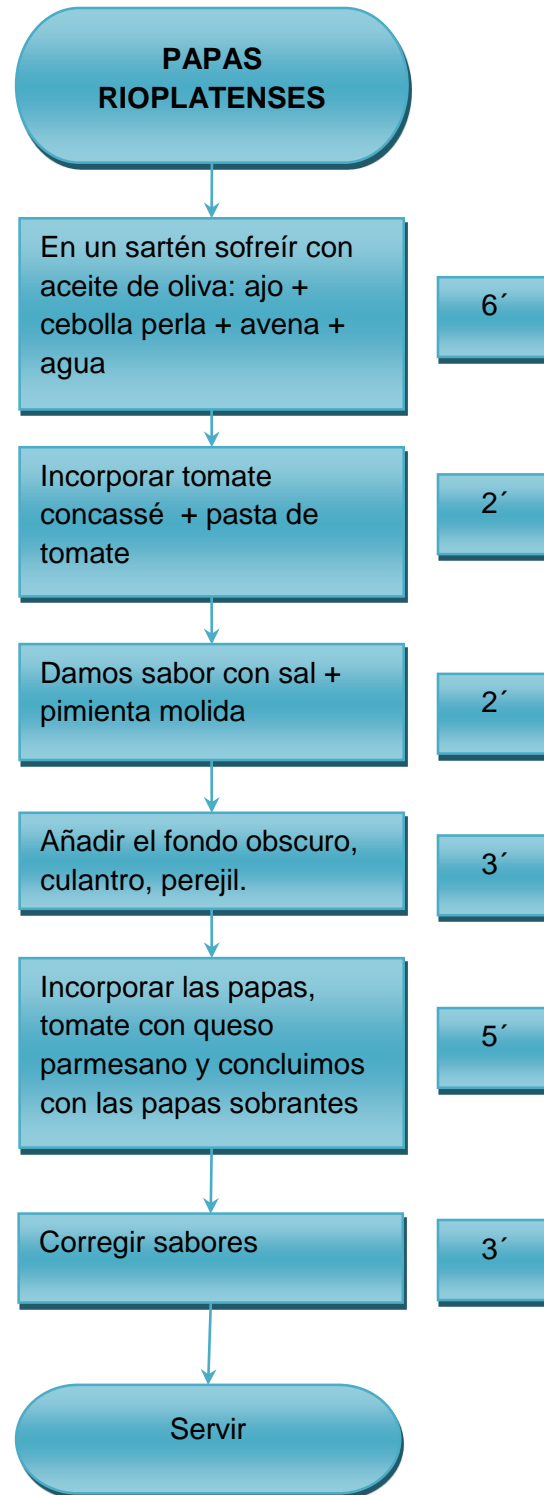
Fuente: Trabajo e Investigación de campo
Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

Figura No 02. Procedimiento receta Vacío relleno al grill con salsa criolla



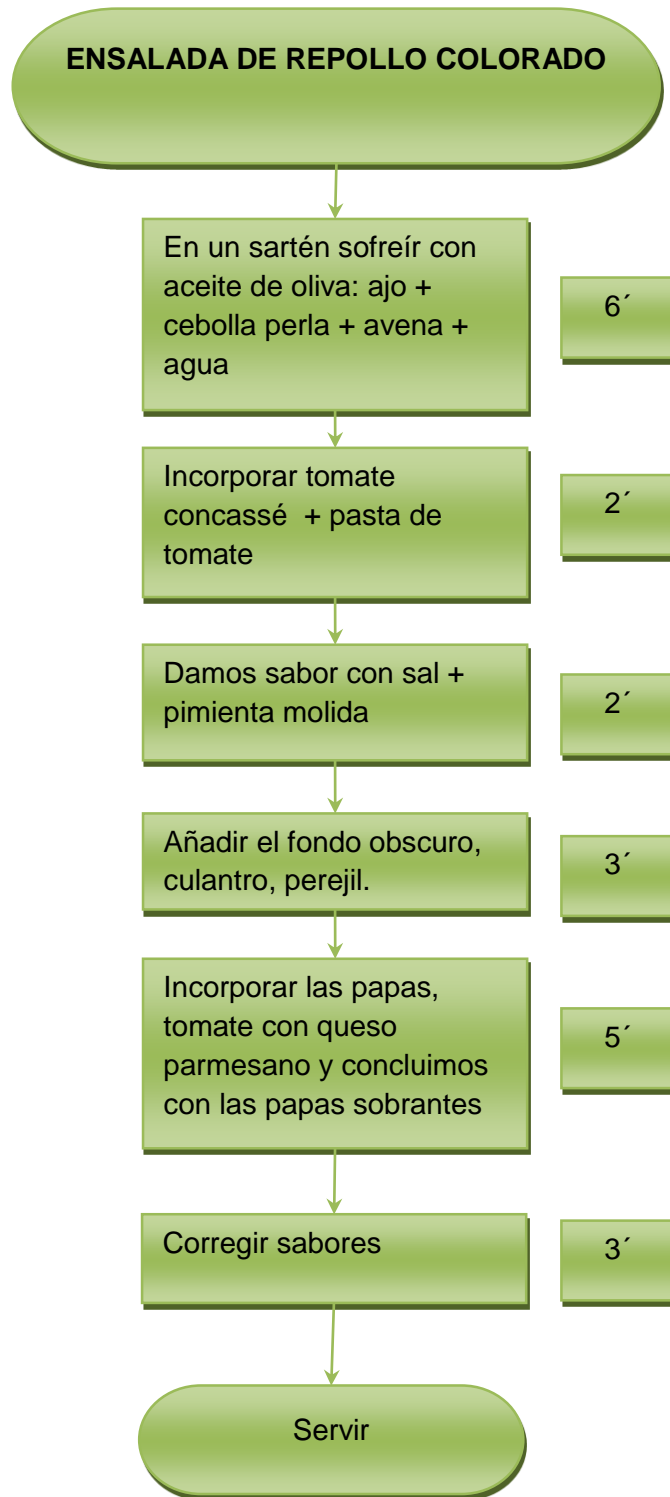
Fuente: Trabajo e Investigación de campo
Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

Figura No 03. Procedimiento receta Vacío relleno al grill con salsa criolla



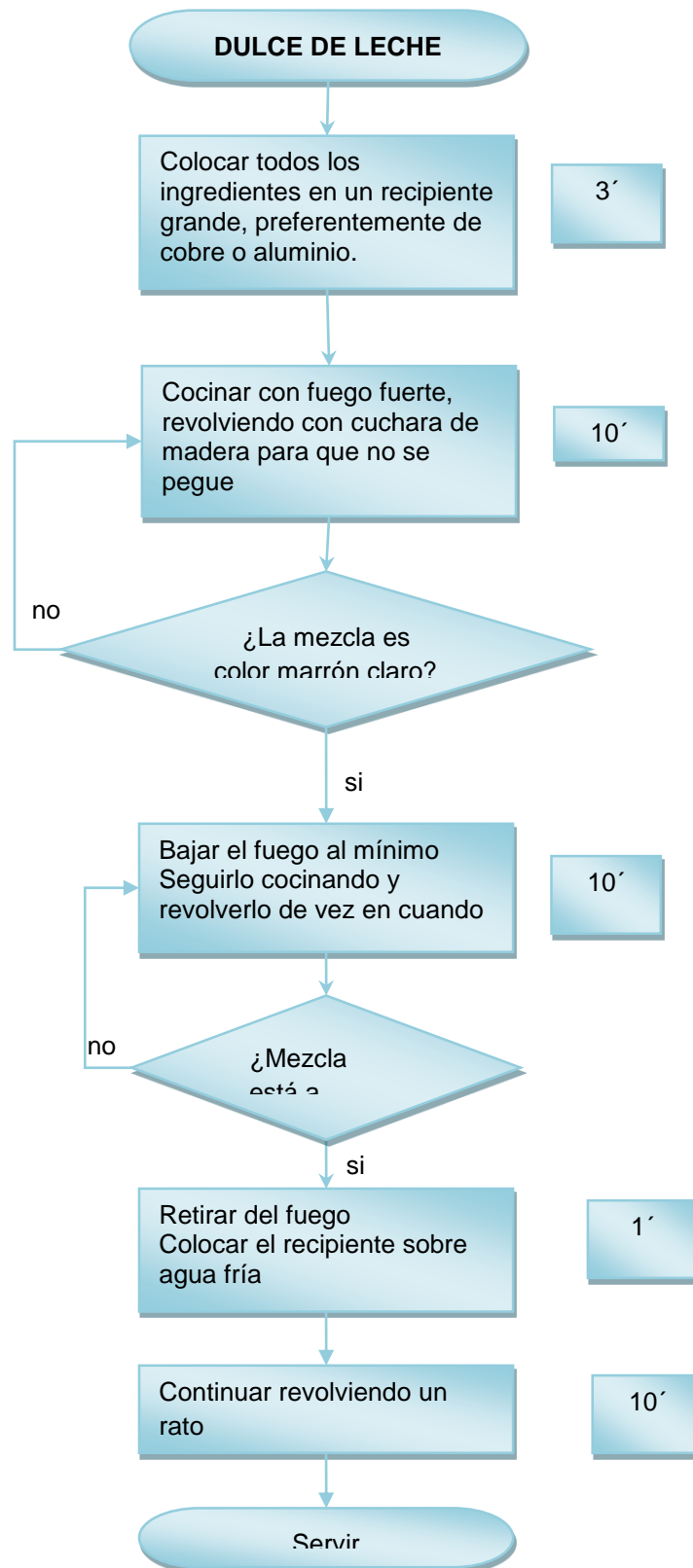
Fuente: Trabajo e Investigación de campo
Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

Figura No 04. Procedimiento receta ensalada de repollo colorado



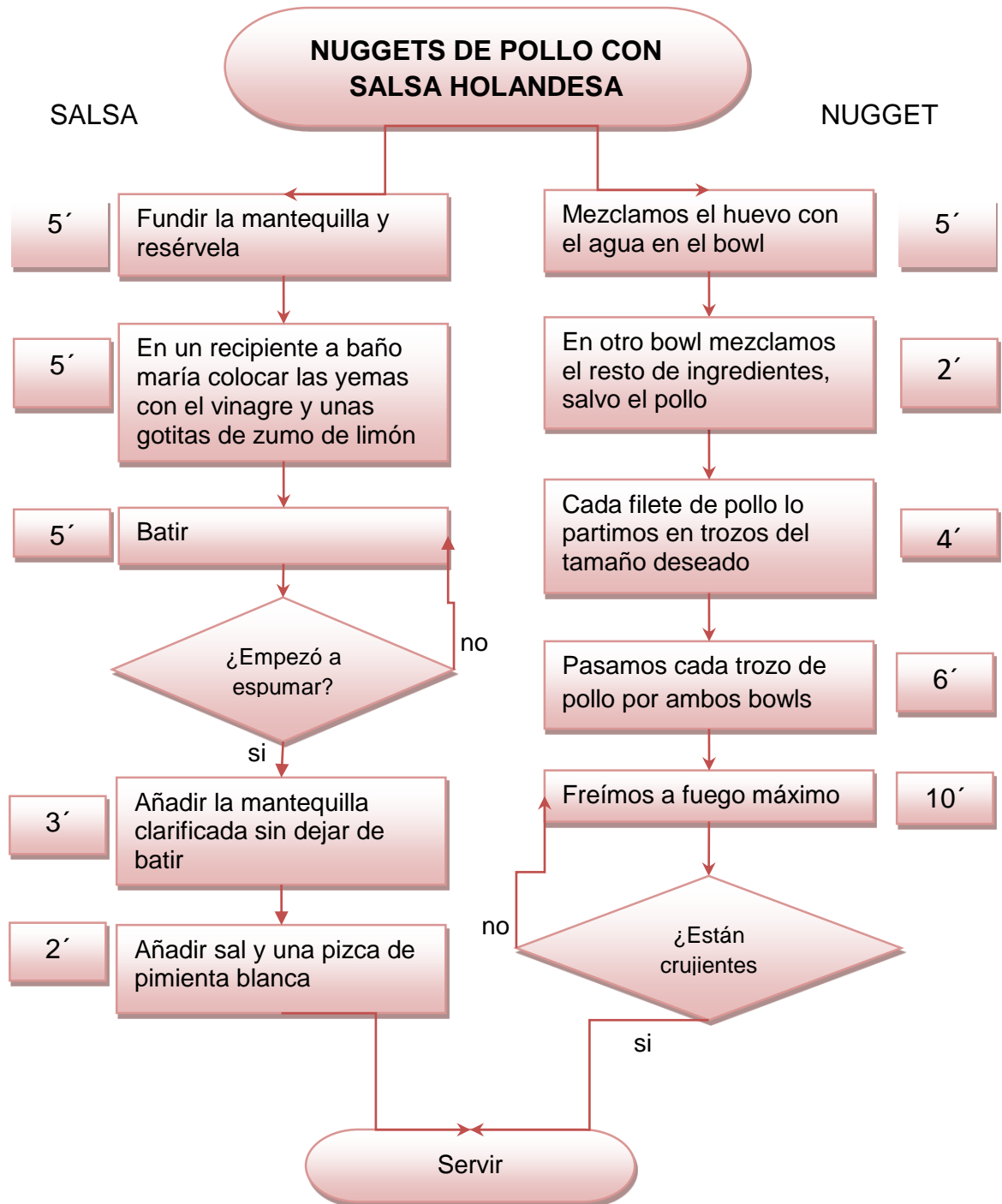
Fuente: Trabajo e Investigación de campo
Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

Figura No 05. Procedimiento dulce de leche



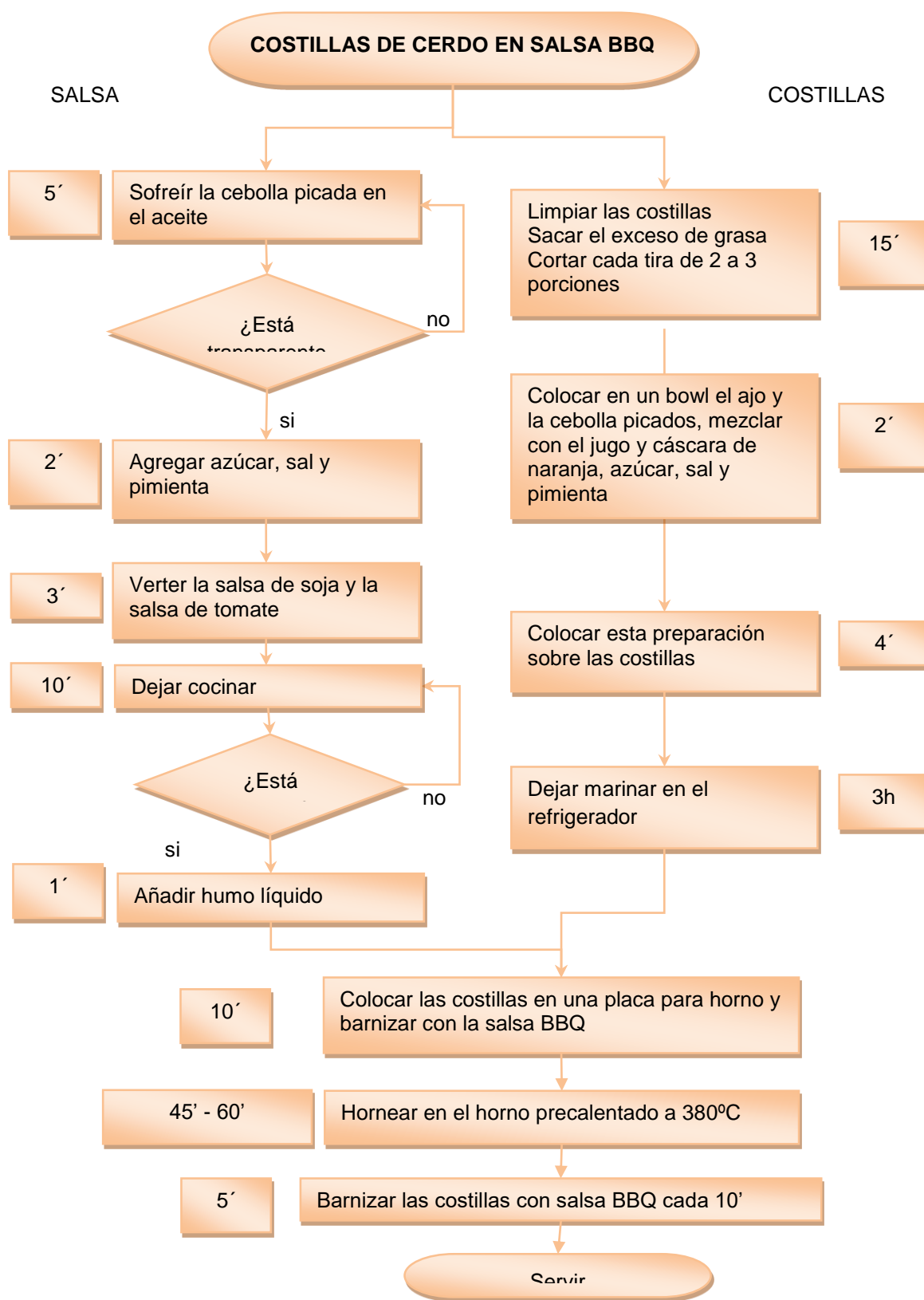
Fuente: Trabajo e Investigación de campo
Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

Figura No 06. Procedimiento receta nuggets de pollo con salsa holandesa



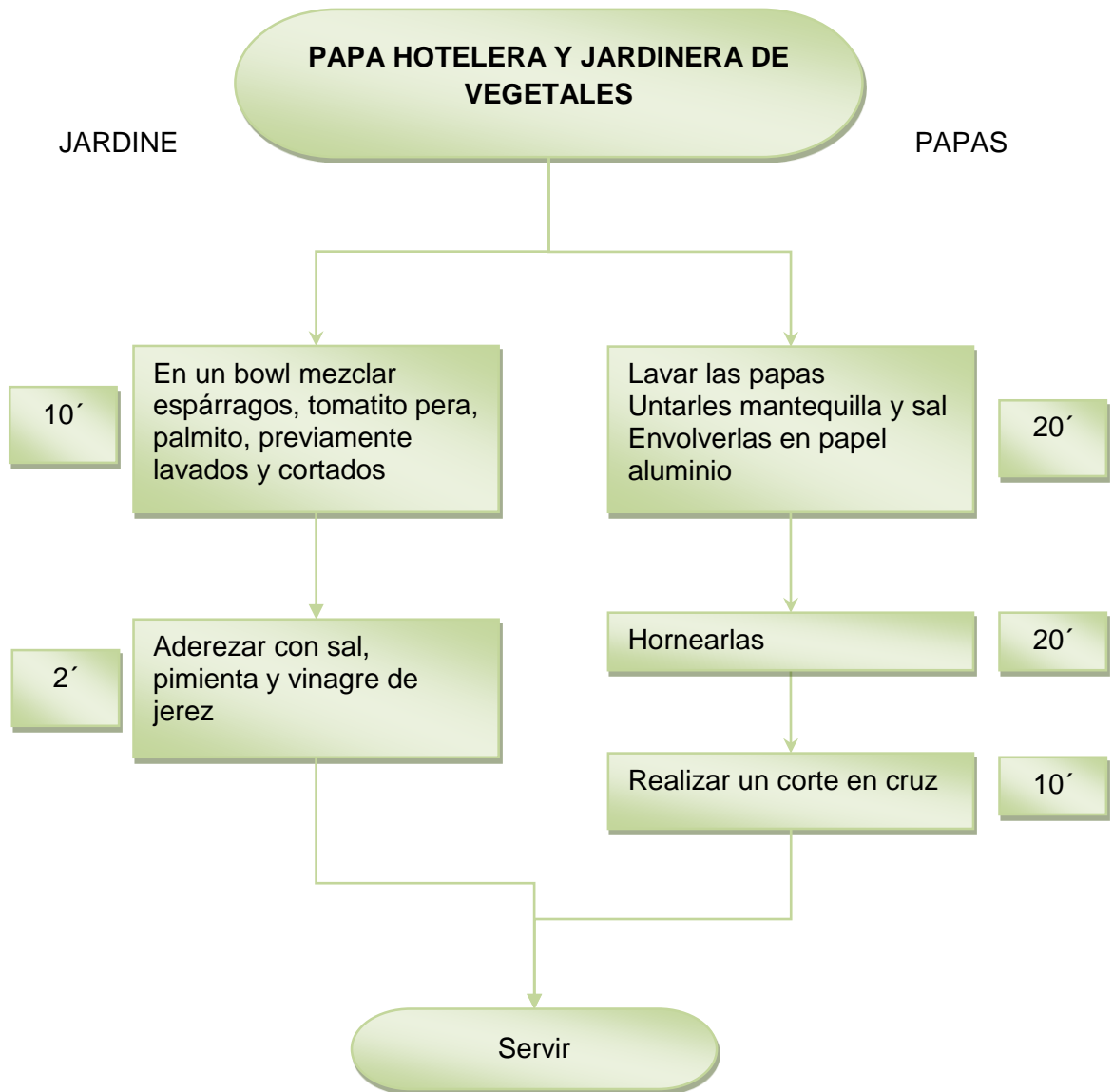
Fuente: Trabajo e Investigación de campo
Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

Figura No 07. Procedimiento receta costilla de cerdo en salsa BBQ



Fuente: Trabajo e Investigación de campo
Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

Figura No 08. Procedimiento receta papa hotelera y jardinera de vegetales



Fuente: Trabajo e Investigación de campo
Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

Figura No 09 Procedimiento receta brownies de chocolate

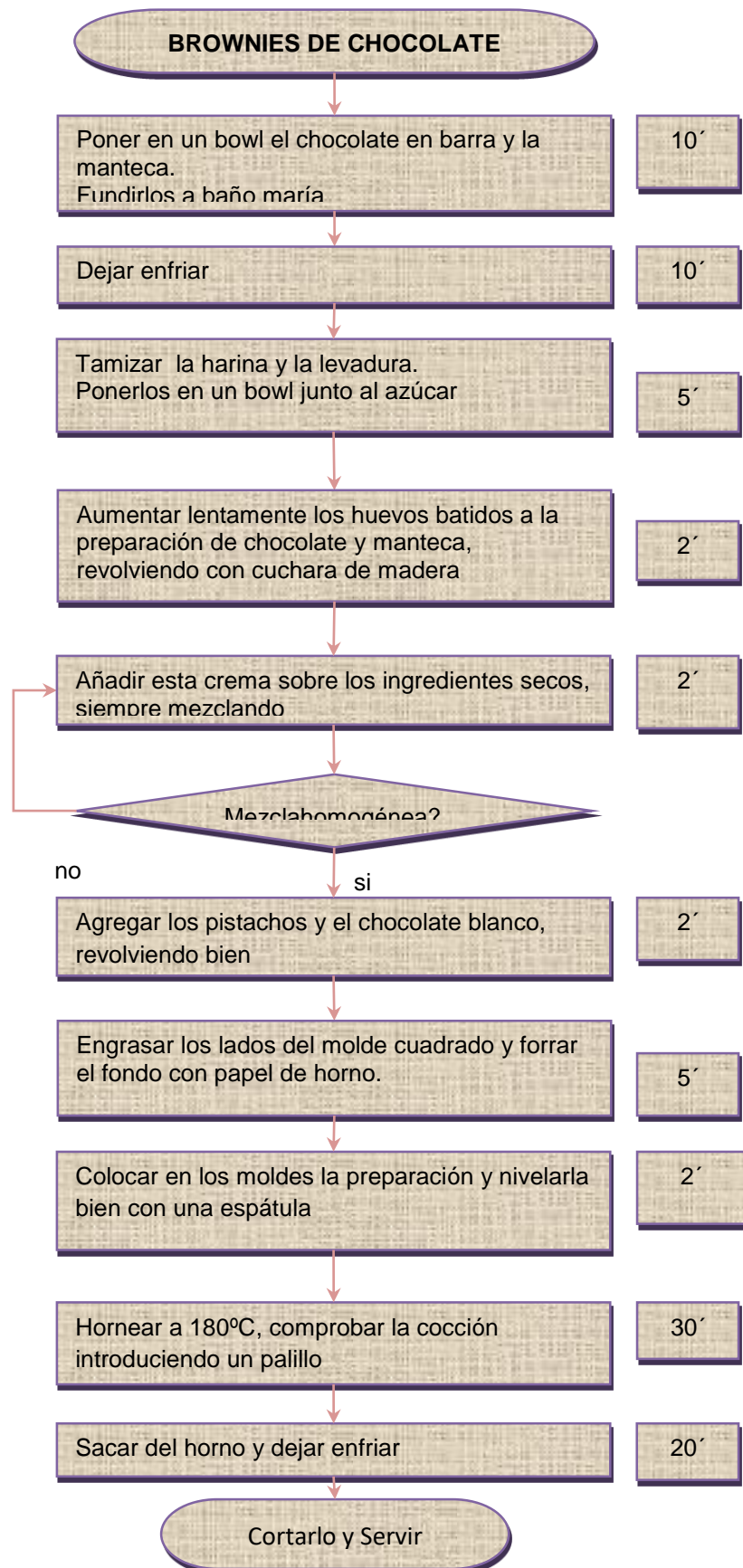
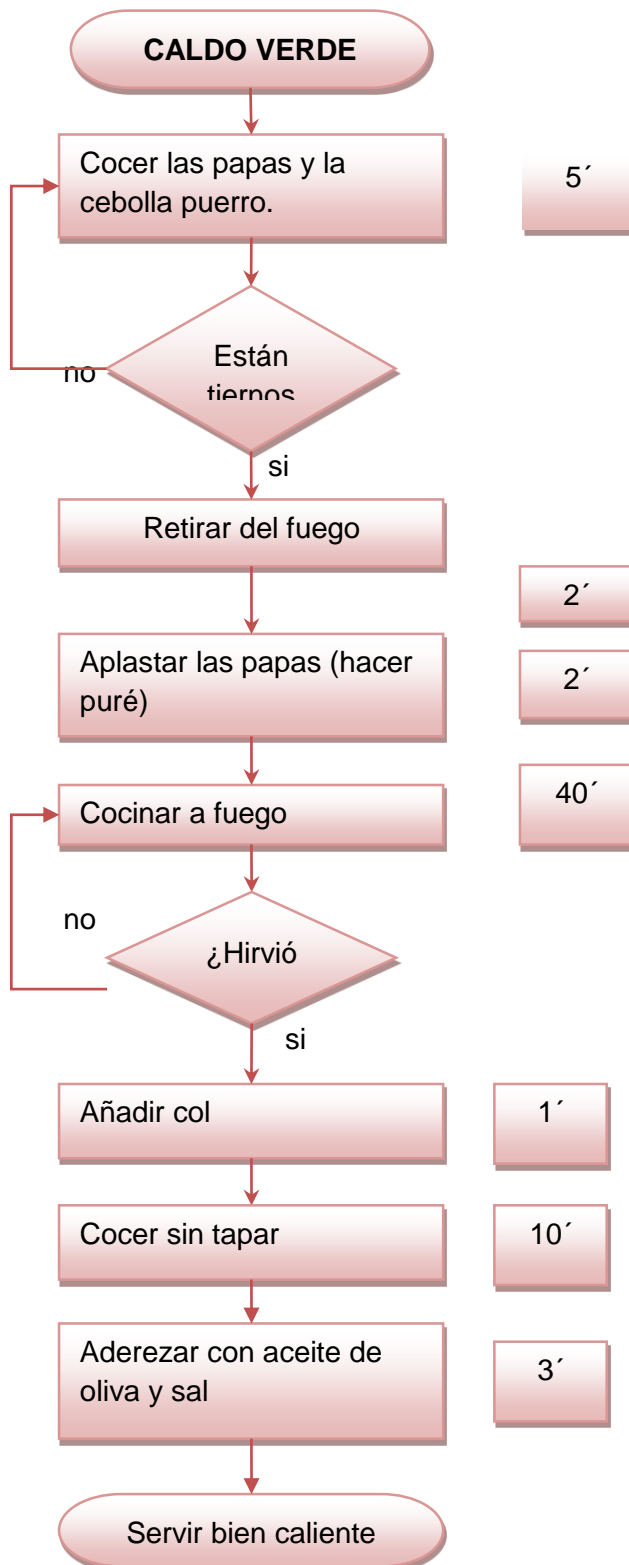
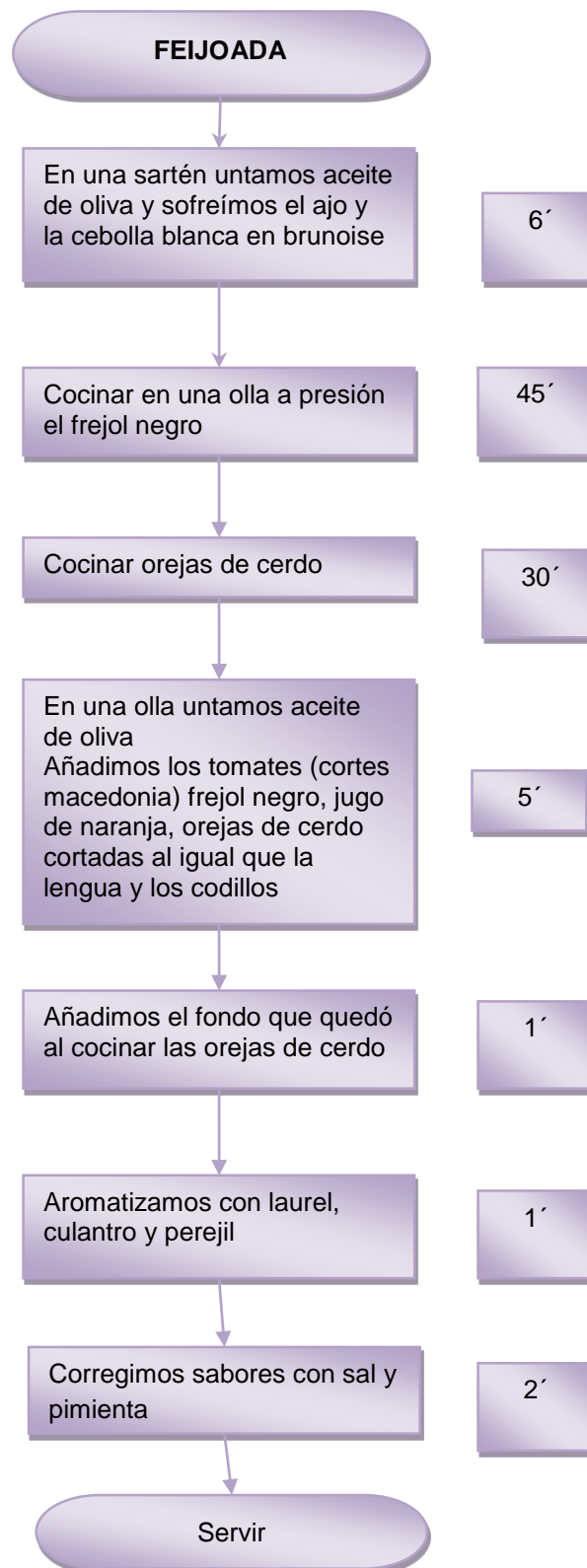


Figura No 10. Procedimiento receta costilla de cerdo en salsa BBQ



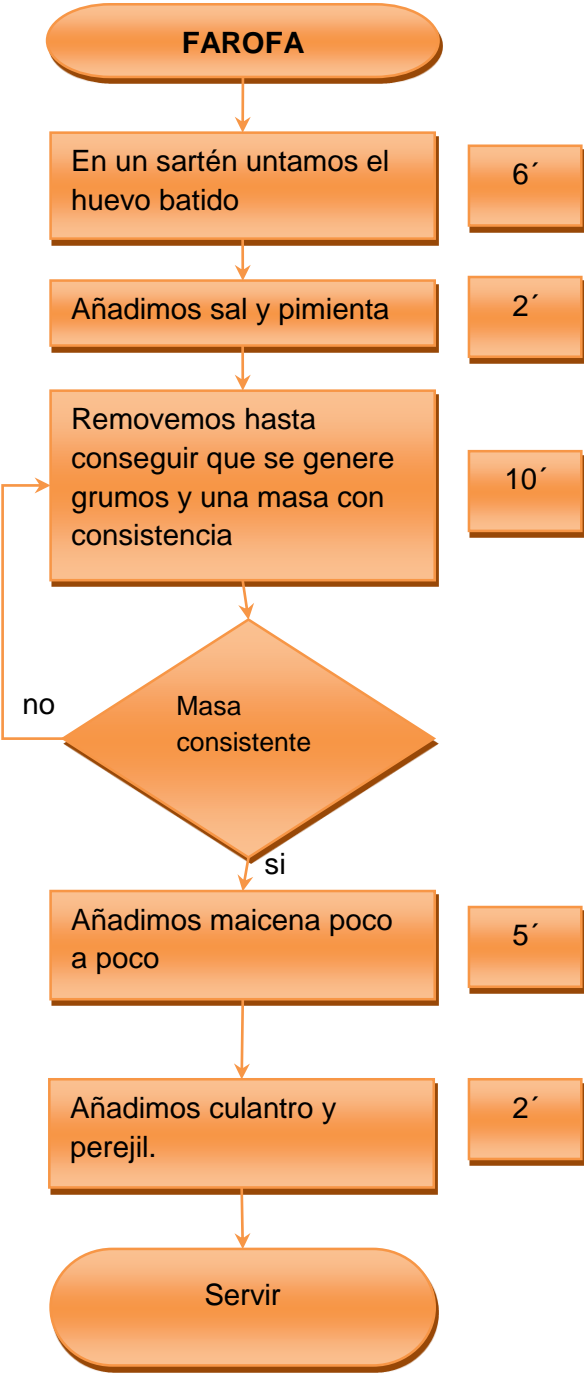
Fuente: Trabajo e Investigación de campo
Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

Figura No 11. Procedimiento receta costilla de cerdo en salsa BBQ



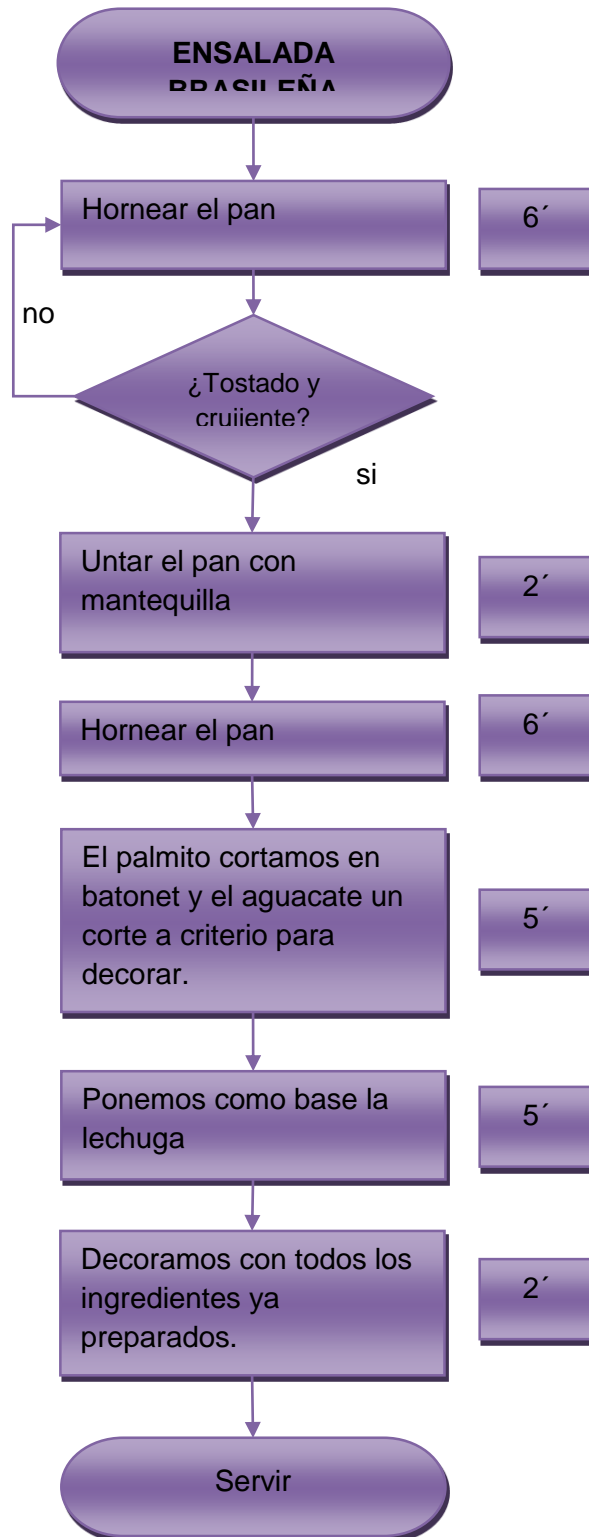
Fuente: Trabajo e Investigación de campo
Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

Figura No 12. Procedimiento receta Farofa



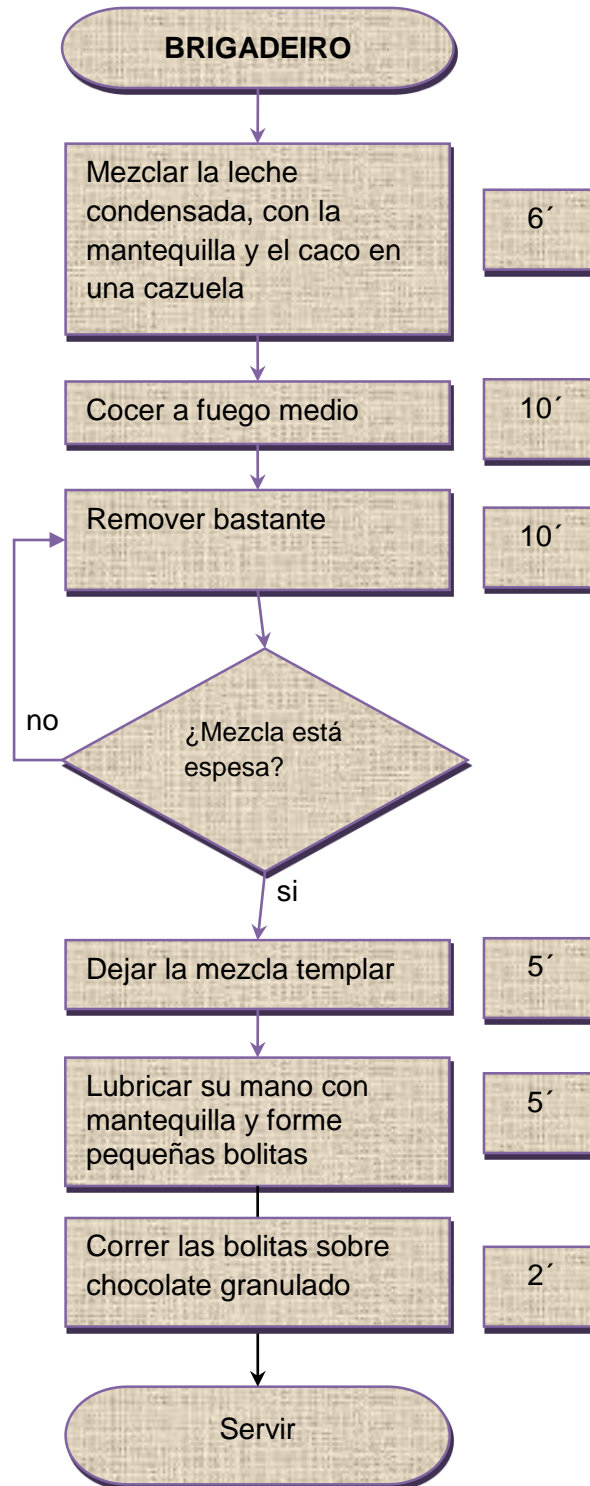
Fuente: Trabajo e Investigación de campo
Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

Figura No 13. Procedimiento receta ensalada brasileña



Fuente: Trabajo e Investigación de campo
Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

Figura No 14. Procedimiento receta brigadeiro

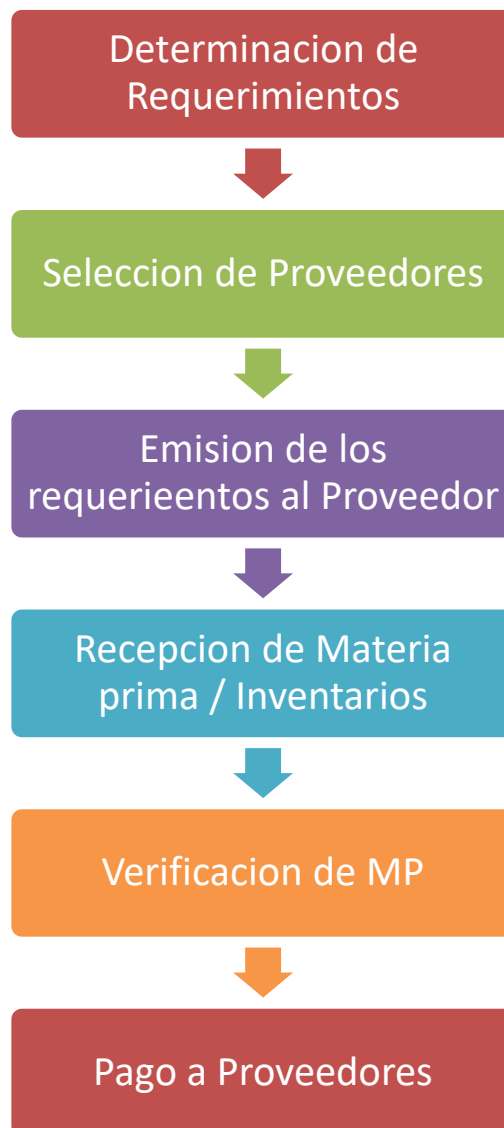


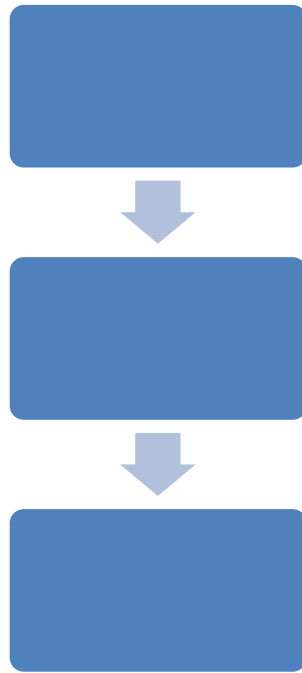
Fuente: Trabajo e Investigación de campo
Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

PROCESOS DE PRODUCCIÓN:

Proceso de Compra

Figura No 15. Proceso De Compra de MPH para la producción





Fuente: Trabajo e Investigación de Campo
Elaborado por: Samaniego, E. (2012)

Proceso de producción del Menú

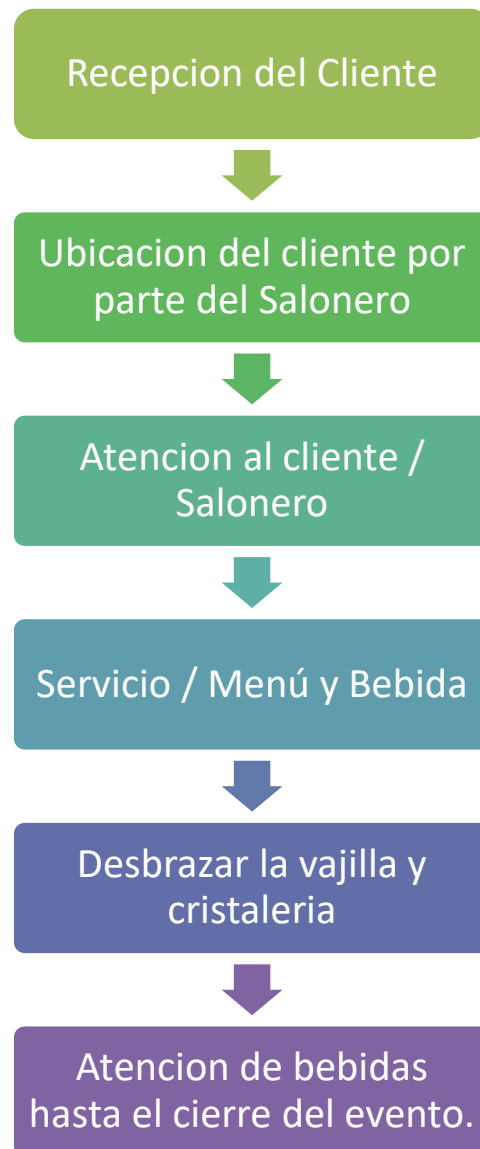
Figura No 16. Proceso de Producción



Fuente: Trabajo e Investigación de Campo
Elaborado por: Samaniego, E. (2012)

Proceso de Servicio

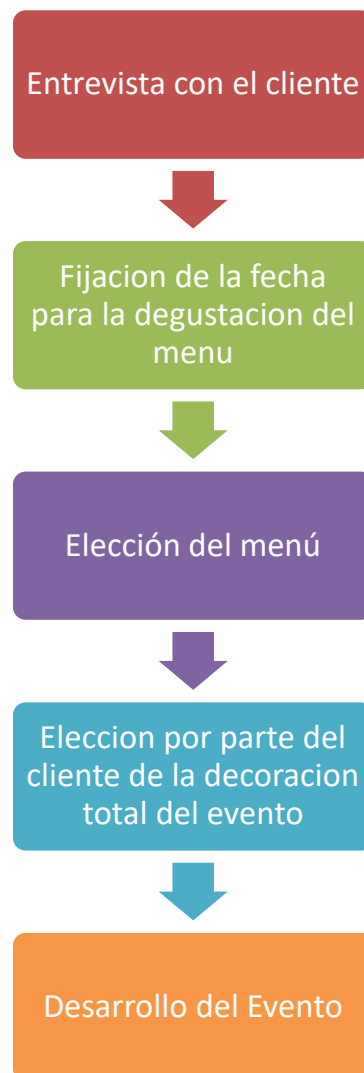
Figura No 17. Proceso de Servicio



Fuente: Trabajo e Investigación de Campo
Elaborado por: Samaniego, E. (2012)

Proceso para el desarrollo de la degustación antes del Evento

Figura No 18. Proceso para el desarrollo del Evento



Fuente: Trabajo e Investigación de Campo
Elaborado por: Samaniego, E. (2012)

v. Viabilidad Técnica

1. Infraestructura, facilidades y equipamiento necesario para el Servicio de Catering.

En el estudio no se cuenta con un local de recepciones puesto que las temáticas que el cliente sugiera para su evento deberán ser adecuadas al espacio físico que proporcione el cliente o a su vez el local será escogido por el mismo dentro de las opciones existentes en la ciudad.

La planta de producción está estructurada de acuerdo a las normas sanitarias correspondientes, se subdivide en: oficinas para el área administrativa, bodegas y área de producción, servicios higiénicos y vestidores las mismas que cuentan con: servicios básicos, iluminación y ventilación además es un lugar que proporciona seguridad.

Área Administrativa: es un espacio en el que se proporciona información al cliente

El área de bodega posee cuartos: frío transición y congelación, bodegas amplias para alimentos perecederos y no perecederos para que los alimentos se conserven de manera higiénica y segura.

Área de Producción: Se divide en cocina caliente, Cocina fría, Pastelería y área de despacho

Servicios Higiénicos: divididos en hombres y mujeres.

Vestidores: que contaran con loceras distribuido para cada trabajador y bajo su responsabilidad. (Anexo N° 3)

2. Equipamiento Necesario para el Servicio de Catering.

El equipamiento necesario estará definido de acuerdo a las necesidades del Servicio de Catering

CANT	DESCRIPCIÓN	P. UNIT	P. TOTAL
1	HORNO COMBI: Marca Electrolux Modelo: 260550 A gas. Horno Air-o- Steam .Interior y exterior en acero inoxidable. Doble puerta de cristal térmico con temperatura de 55°C sobre el panel exterior. Resistente al agua. 1 carril de bandeja 1/1GN, 65 mm en dotación. Capacidad 6GN 1/1 Peso kg: 115 Medidas exteriores cm. 89,5 x 84,5x 83	18.500	18.500
1	CALENTADOR DE PLATOS: Marca: Roller Grill Modelo: AUBERGE Armario caliente con doble pared aislada para calentar rápidamente y mantener la temperatura .Equipados con 3 estantes, 2 puertas con cerradura magnética .Capacidad 120 platos. Potencia 1,2 kw. Peso kg 45 10 amp Medidas externas 68,5x38, 5x88.	1.220	1.220
1	COCINA INDUSTRIAL: Marca U. Range Modelo: SX-6-24BG-26 Frente, laterales y repisa alta en acero inoxidable. 6 hornillas, horno plancha y gratinador. Peso kg 387. Medidas exteriores cm 152,4x84,1x110,2	5.900	5.900
1	Licuada multiuso: Marca Hamilton Beach. Modelo: 911, 2 Velocidades. Capacidad del vaso: ½ galón. Cuchillas de acero inoxidable. Peso kg: 5,4 120 v/60hz 3 amps	380	380
1	PELADOR DE PAPAS Y VEGETALES: Marca: DAK Modelo: DB10 acero inoxidable. Duración del ciclo de 3 a 5 minutos. Capacidad: 10kg Peso kg: 33 110/220v	1.300	1.300
1	REFRIGERADOR VERTICAL: puertas de cristal, 4 repisas, 9 niveles de exhibición rango de operación (0° a 5°C). Capacidad: 24 ft ³ /679 ltrs. Peso kg :214 Medidas ext.cm: 137x51x203	1.600	1.600
1	PLANCHA PROFESIONAL: Marca: Star Modelo: 824M. Línea ULTRAMAX a gas 2 controles. Construcción para trabajo pesado. De acero inoxidable. Med.ext.cm: 60,96x82,23x45,72	2.200	2.200
1	EXTRACTOR DE NARANJA: Modelo: OR M5. En acero Inoxidable. Peso kg: 35 110V Medidas ext.cm: 24x56x67	310	310
6	CHAFER: Marca: Vollrath sin bandeja para realizar combinaciones. Estándar con bandeja GN de 6,4 cm profundidad	130,00	780,00
Subtotal			32.190

IVA 12 %	3.862,8
Total	36.052,8

Cuadro No 31. Equipamiento para el área de cocina

Cuadro No 32. Análisis de la inversión

UTENSILIOS DE COCINA			
CANTIDAD REQUERIDA	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
5	OLLA DE ALUMINIO: Mangos sólidos de aluminio. Los fondos de espesor doble resisten las abolladuras. Capacidad: 10 litros	55,00	275,00
5	OLLA DE ALUMINIO: Mangos sólidos de aluminio. Los fondos de espesor doble resisten las abolladuras. Capacidad: 16 litros	68,00	340,00
5	OLLA DE ALUMINIO: Mangos sólidos de aluminio. Los fondos de espesor doble resisten las abolladuras. Capacidad: 20 litros	78,00	390,00
10	TAPA: Marca: Vollrath Modelo: 6752. Aluminio. Para ollas de 10-16 Litros Medidas ext. cm: xx4.1	18,00	180,00
5	TAPA: Marca: Vollrath Modelo: 6752. Aluminio. Para ollas de 20-24 Litros Medidas ext. cm: xx4.1	22,00	110,00
1	OLLA DE PRESIÓN: Marca: Al American Modelo 915. En acero inoxidable. Capacidad 15 ½ QT. Peso kg: 8.6	420,00	420,00
5	CACEROLA: Marca: Vollrath Modelo: 67303 Línea: CLASSIC Utensilio versátil para revolver, batir o hacer salsas y cereales. Capacidad: 3 ¾ Litros. Medidas int.cm: 11,4	24,00	48,00
2	CACEROLA: Marca: Vollrath Modelo: 67303 Línea: CLASSIC Utensilio versátil para revolver, batir o hacer salsas y cereales. Capacidad: 5 ½ Litros. Medidas int.cm: 14,0	31,00	62,00
1	CACEROLA: Marca: Vollrath Modelo: 67303 Línea: CLASSIC Utensilio versátil para resolver, batir o hacer salsas y cereales. Capacidad: 10 Litros. Medidas int.cm: 15,9	48,00	48,00
1	SARTÉN DE ALUMINIO: Modelo 67908. Paredes laterales curvas para facilitar servir la comida. Ideal para freír, saltear o tostar. Medidas ext.cm: 4,8	18,00	18,00

2	COLADOR: Modelo 68298. Aluminio resistente a impactos. Mangos remachados sólidos facilitan el transporte. Capacidad 11 QT. Medidas ext.cm: 14,6	20,00	40,00
1	COLADOR CHINO: Marca Vollrath Modelo 47176. Acero Inoxidable. Mango sólido cómodo. Malla gruesa de 2,4mm. Medidas ext.cm: 20	28,00	28,00
5	POZUELOS- Bowls: Marca: Vollrath Modelo 47932. De acero inoxidable con acabado brillante. Borde con moldura. Capacidad 1,5 litros. Medidas ext.cm: 7	2,50	12,50
5	POZUELOS- Bowls: Marca: Vollrath Modelo 47932. De acero inoxidable con acabado brillante. Borde con moldura. Capacidad 4 litros. Medidas ext.cm: 10,3	4,50	22,50
5	POZUELOS- Bowls: Marca: Vollrath Modelo 47932. De acero inoxidable con acabado brillante. Borde con moldura. Capacidad 13 litros. Medidas ext.cm: 14	13,70	68,5
4	CUCHARA: Marca Vollrath Modelo 46973. Solida acero inoxidable. El mango tiene un surco profundo para brindarle más firmeza. Medidas ext.cm: 33	2,70	10,8
4	CUCHARON: Marca Vollrath Modelo 46902 Acero Inoxidable, mango de gancho. Capacidad marcada para controlar porciones. Capacidad 1 ½ oz. Medidas ext.cm:23,2	3,30	13,20
2	TENEDOR: Marca: Vollrath Modelo: 60190 Acero Inoxidable de grueso calibre. Mango largo para vasijas grandes. Medidas ext.cm: 53,3	3,00	6,00
2	BATIDOR MANUAL: Marca: Vollrath Modelo: 47010. Acero inoxidable Alambre grueso. Con mango de nylon resistente a altas temperaturas hasta 264°C. Medidas ext.cm: 25,4	11,00	22,00
1	ESPÁTULA: Marca: Vollrath Modelo 46934. Hoja perforada. Hoja flexible de acero inoxidable. Fabricación soldada. Hoja 7,7 x 15,2 cm Medidas ext.cm:36,2	5,40	5,40
2	ESPUMADERA : Marca Vollrath Medidas ext.cm: 29,8	10,00	20,00
2	RALLADOR: Marca ALEGACY Modelo: 3199 Acero Inoxidable. 2 Superficies para rallar y 2 para rebanar. Medidas ext.cm: 22,9	8,00	16,00
1	MANDOLINA: Marca Matfer. Procedencia: Francés Modelo: 21506. Posee tres bloques cortadores para cortes delgados y Juliana con dimensiones de 0,035 a	175,00	175,00

	0,10 cm. Las cuchillas son fabricadas con acero inoxidable. Peso kg: 1,300 Medidas ext.cm: 39,5 x 13,2		
1	MOLINO PARA ALIMENTOS: Marca: Amco House Works Modelo: 8275 Acero inoxidable, incluye 2 discos. Capacidad 48 onz. Medidas ext.cm: 19	28,3	28,30
1	JUEGO DE 4 CUCHARAS MEDIDORAS: Marca Vollrath Modelo: 47118. Materias de Acero inoxidable. Capacidades estampadas en medidas métricas. Capacidad: 15ml 5 ml 2,5ml 1,25ml	6,40	6,40
3	CUCHILLO: Tramontina	12,00	36,00
1	AFILADOR DE CUCHILLOS: Marca: Victorinox Modelo: 03-22706. Protector para dedos	15,35	15,35
6	TABLA PARA PICAR: Superficie no porosa de alta densidad no mancha ni absorbe jugos. Colores : Varios	13,00	78,00
12	BANDEJA PLÁSTICA: Varios Colores	3,00	36,00
1	BALANZA DIGITAL: Mod. L-EQ (FABATSA): Plato en acero inoxidable de 20 x 24 cm, funciona con corriente eléctrica, función de tara acumulable. Funciona con batería recargable de hasta 100 horas de uso continuo o con corriente eléctrica. Alarma de peso programable para establecer límite superior e inferior de peso. Incluye tarjeta de interfase RS-232 Para conectar a computadora o impresora. Peso: 3.55 Kg Dimensiones: Frente: 0.20, alto 0.08; fondo; 0.24 mts	1.500	1.500
Subtotal			4030,95
IVA 12 %			483,71
Total			4514,66

Fuente: Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

Cuadro No 33. Total maquinaria y equipo para el área de producción

MAQUINARIA Y EQUIPO ÁREA DE PRODUCCIÓN	
Maquinaria y equipo	36.052,8
Utensilios de Cocina	4514,66
TOTAL	40567,46

Fuente: Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

Cuadro No 34. Área de servicio

EQUIPO NECESARIO PARA EL SERVICIO			
CANTIDAD REQUERIDA	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
3	JARRA CAFETERA: Marca Vollrath Modelo 46565. Acero inoxidable con acabado brillante. Base ancha ornamentada. Mango hueco. Capacidad: 2 litros. Medidas ext.cm: 21,6	51,00	153,00
12	JARRAS PARA BEBIDAS: De cristal con asa resistente Capacidad: 2 litros. Medidas ext.cm:18,4	3,00	36,00
6	CHAROL REDONDO: Marca Vollrath Modelo: 47214 Acero inoxidable con acabado brillante. Superficie segura para contacto directo con la comida. Diseño higiénico con moldura abierta.	25,18	151,08
3	CHAROL OVALADO: Marca Vollrath Modelo: 47238 Acero inoxidable con acabado brillante. Superficie segura para contacto directo con la comida. Diseño higiénico con moldura abierta. Medidas ext.cm: 30,5x45,7	40,10	120,30
Subtotal			460,38
IVA 12 %			55,25
Total			515,63

Fuente: Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

Cuadro No 35. Cubertería

CUBERTERÍA			
CANTIDAD REQUERIDA	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
500	CUCHARITA PARA CAFÉ: Marca Adcraft Modelo AV-LTS Línea: AVALON Acero 18-8.	1,80	900
500	CUCHARA DE SOPA: Marca: Adcraft Modelo: AVS- DS Línea AVALON Acero 18-8.	2,50	1.250
500	CUCHARA DE TÉ HELADO Marca Adcraft Modelo AV-ITS Línea: AVALON Acero 18-8.	2,00	1.000
500	CUCHARA DE CAFÉ EXPRESO Marca Adcraft Modelo AV-DTS Línea: AVALON Acero 18-8.	1,80	900,00
500	TENEDOR NORMAL: Marca: Adcraft Modelo AV-DF Línea: AVALON Acero 18-8.	2,40	1.200
500	CUCHILLO DE MESA: Marca: Adcraft Modelo AV-DK Línea: AVALON Acero 18-8.	3,00	1.500
500	CUCHARA MANGO CURVO: Marca: Adcraft Modelo MLS-SP Línea: AVALON Acero 18-8.	1,20	600,00
500	CUCHILLO DE MANTEQUILLA: Marca: Adcraft Modelo AV-BK Línea: AVALON Acero 18-8.	1,20	600,00
Subtotal			7950,00
IVA 12 %			954,00
Total			8904,00

Fuente: Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

Cuadro No 36. Cristalería

CRISTALERÍA			
CANTIDAD REQUERIDA	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
500	VASO HIGH BALL O TUMBLER: capacidad para 8 – 10 – 12 onza	0,85	425,00
500	VASO COLLINS O ZOMBIE: capacidad para 10 – 12 - 14 onz	0,90	450,00
500	VASO WHISKY : Ideal para cocteles en las rocas capacidad para 6 onz.	1,50	750,00
500	COPA VINO TINTO: Borde ancho para que el vino pueda respirar. Capacidad 6 onz.	2,00	1.000
500	COPA VINO BLANCO: Tallo largo para impedir que la mano caliente el vino capacidad 5 onz	1,80	900,00
500	COPA DE MARTINI O DAIQUIRI: Ideal para este tipo de cocteles, mantiene las bebidas frías sin necesidad de hielo. Capacidad 130 ml	2,50	1.250
500	COPA DE COÑAC O BRANDY: Redondas para mayor contacto con la mano	2,70	1.350
500	COPA DE CHAMPAGNE: Copa flauta, tulipán ideal para este servicio, mantiene las burbujas del champagne durante más tiempo. Capacidad 5 onz.	2,60	1.300
20	JARRA ARC: Marca: Arcoroc Procedencia: Francesa Modelo: 53001 Capacidad: 54 oz. Medidas ext.cm: 24	4,90	98,00
20	HIELERA: Marca: Arcoroc Procedencia : Francesa Modelo: 75524 Medidas ext.cm: 14,5	11,29	225,80
Subtotal			7748,8
IVA 12 %			929,86
Total			8678,66

Fuente: Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

Cuadro No 37. Vajilla

VAJILLA			
CANTIDAD REQUERIDA	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
20	SALERO OCTIME: Marca: Arcoroc Procedencia: Francesa Modelo: 63270 Peso kg: 0,111 Medidas ext. cm: 8,5	6,60	132,00
20	AZUCARERO OCTIME: Marca: Arcoroc Procedencia: Francesa Modelo: 50498 Peso kg: 0,197 Medidas ext. cm: 15	6,80	136,00
500	PLATO TENDIDO: Marca: Arcoroc Procedencia: Francesa Modelo: 22522 Línea: RESTAURANT Resistencia mecánica. Resistencia térmica para Variaciones de temperatura de más de 135 °C Peso kg: 0,55 Medidas ext. cm: 2,6	3,25	1.625
500	PLATO POSTRE: Marca: Arcoroc Procedencia: Francesa Modelo: 22530 Línea: RESTAURANT Resistencia mecánica. Resistencia térmica para Variaciones de temperatura de más de 135 °C Peso kg: 0,34 Medidas ext. cm: 2,2	1,96	980,00
500	PLATO PAN: Marca: Arcoroc Procedencia: Francesa Modelo: 22506 Línea: RESTAURANT Resistencia mecánica. Resistencia térmica para Variaciones de temperatura de más de 135 °C Peso kg: 0,22 Medidas ext. cm: 1,8	1,96	980,00
500	PLATO HONDO: Marca: Arcoroc Procedencia: Francesa Modelo: 22514 Línea: RESTAURANT Resistencia mecánica. Resistencia térmica para Variaciones de temperatura de más de 135 °C Peso kg: 0,54 Medidas ext. cm: 3,5	3,25	1.625
500	PLATO ESPAGUETI: Marca: Arcoroc Procedencia: Francesa Modelo: 00537 Línea: HOTELERA Resistencia mecánica. Resistencia térmica para Variaciones de temperatura de más de 135 °C Peso kg: 0,900 Medidas ext.cm: 4,5	5,24	2.620
500	ENSALADERA APILABLE : Marca: Arcoroc Procedencia: Francesa Modelo: 36934 Línea: RESTAURANT Peso kg: 0,4 Medidas ext.cm: 2,7	0,99	495,00

500	CEVICHERO APILABLE: Marca: Arcoroc Procedencia: Francesa Modelo: 36934 Línea: RESTAURANT Peso kg: 0,4 Medidas ext.cm: 2,7	2,00	1.000
500	SOPERO- TAZÓN: Marca: Arcoroc Procedencia: Francesa Modelo: 50061 Línea: RESTAURANT Peso kg: 0,35 Medidas ext.cm: 5,1	2,50	1.250
8	JARRA CAFÉ/TÉ: Marca: Arcoroc Procedencia: Francesa Modelo: 51049 Línea: RESTAURANT Capacidad: 10 ¾ oz Peso kg: 0,340 Medidas ext.cm: 8,5	4,60	36,80
8	TAPA DE JARRA CAFÉ/TÉ: Marca: Arcoroc Procedencia: Francesa Modelo: 58833 Línea: RESTAURANT Peso kg: 110 Medidas ext.cm: 2,3	1,78	14,24
Subtotal			10894,04
IVA 12%			1307,28
TOTAL			12201,32

Fuente: Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

Cuadro No 38. Total maquinaria y equipo para el área de servicio

MAQUINARIA Y EQUIPO ÁREA DE SERVICIO	
Maquinaria y equipo	515,63
Cubertería	8904,00
Cristalería	8678,66
Vajilla	12201,32
TOTAL	30299,61

Fuente: Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

Cuadro No 39. Equipamiento para bodega			
CANTIDAD REQUERIDA	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
4	ESTANTERÍA: Marca: Sanwoz. Construido en acero Inoxidable. Ideal para cuartos fríos, bodegas, restaurantes, de alta resistencia y durabilidad 152,7 x 61.	605,00	2.420
1	CUARTO FRÍO: fácil ensamble con puerta de servicio de sistema de auto cierre y chapa de seguridad. Iluminación interior. Fabricada en lámina galvanizada esbozada y asilamiento en poliuretano de alta densidad. Enfriamiento por convección forzada. Dimensiones: alto 2.54; Frente: 1.74 y Fondo: 1.45 mts Peso: 195 kgs. T: 1°C-3°C Motor/Voltaje : ½ HP / 115	10.000	10.000
	CUARTO FRÍO TRANSICIÓN: fácil ensamble con puerta de servicio de sistema de auto cierre y chapa de seguridad. Iluminación interior. Fabricada en lámina galvanizada esbozada y asilamiento en poliuretano de alta densidad. Enfriamiento por convección forzada. Dimensiones: alto 2.54; Frente: 1.50 y Fondo: 1.00 mts Peso: 195 kgs. T: 1°C-3°C Motor/Voltaje : ½ HP / 115	6.000	6.000
1	CÁMARA DE CONGELACIÓN: fácil ensamble con puerta de servicio de sistema de auto cierre y chapa de seguridad. Iluminación interior. Fabricada en lámina galvanizada esbozada y asilamiento en poliuretano de alta densidad. Enfriamiento por convección forzada. Dimensiones: alto 2.54; Frente: 1.74 y Fondo: 1.45 mts Peso: 195 kgs. T:-15°C-18°C Motor/Voltaje :1 ½ HP / 220	11.500	11.500
20	Gavetas plásticas	10,00	200,00
Subtotal:			30.120
IVA 12%			3.614,4
Total			33.734,4

Fuente: Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

Cuadro No 40. Equipos de limpieza e implementos			
CANTIDAD REQUERIDA	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
5	TACHOS DE BASURA: Marca: Costco. Modelo: 491803 Construcción robusta, sólida y anticorrosivo. Acero inoxidable. Capacidad 33 litros. Tapa superior giratoria.	120,00	600,00
3	TRAPEADOR: Marca: ADCRAFT/ RUBBERMAID. Modelo: S5RE 138/RUBH138	14,60	43,80
3	PORTA TRAPEADOR: Marca ADCRAFT/ RUBBERMAID. Modelo: S5RH 115/RUVH115. Medidas ext.cm: 137	27,03	81,09
Subtotal:			724,89
IVA 12%			86,98
Total			811,88

Fuente: Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

Cuadro No 41. Uniformes del personal de cocina			
CANTIDAD REQUERIDA	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
3	CHAQUETA – CHEF: Marca: Chef city. Color blanco con botones laterales	50,00	150,00
3	GORRO – CHEF: Marca: Adcraft Modelo: WAT – 15 Blanco con velcro para regular medida.	7,00	21,00
5	CAMISETA CON CUELLO-PERSONAL: Marca: Adcraft Modelo: 11 SK- M/SN blanca.	16,00	80,00
8	PANTALÓN: Marca: Adcraft Modelo: PCB-S.	36,00	288,00
8	DELANTAL LARGO PARA COCINERO: Marca: Adcraft Modelo: 11AB- 3636WH. Color: blanco. Medidas ext.cm: 91 x 86	6,60	52,80
100	Malla para sujetar el cabello	0,10	10,00
Subtotal:			501,80
IVA 12%			60,22
Total			562,02

Cuadro No 42. Uniformes del personal de servicio			
CANTIDAD REQUERIDA	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
2	CHAQUETA – MAÎTRE: Marca: Chef city. Color rojo con negro con botones laterales	50,00	100,00
15	Corbatín color negro	1,00	15,00
10	CAMISA CON CUELLO-SERVICIO: Marca: Adcraft Modelo: 11 SK- M/SN blanca.	20,00	200,00
10	PANTALÓN TELA NEGRO: Talla 36-38-40	20,00	200,00
10	DELANTAL LARGO Color negro: Marca: Adcraft Modelo: 11AB-3636WH. Medidas ext.cm: 91 x 86 con el sello de la empresa	7,00	70,00
20	Lito color blanco con sello de la empresa	3,00	60,00
20	GUANTES blancos	0,60	12,00
Subtotal:			657,00
IVA 12%			78,84
Total			735,84

Fuente: Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

Cuadro No 43. Construcción de la planta			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
310 m ²	Construcción de la palta de producción con instalaciones acabados	\$ 400, 00	\$ 124.000,00

Fuente: Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

Cuadro No 44. Presupuesto total para la empresa de catering	
ÁREA	PRESUPUESTO
Equipamiento para el Área de Cocina	70.867,07
Equipamiento para el Área de Bodega	33.734,4
Equipos de Limpieza	811,88
Uniformes / Personal Cocina	562,02
Uniformes / Personal Servicio	735,84
Construcción del área de Producción	124.000,00
TOTAL	197.272,00

Fuente: Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

**COSTO MATERIA PRIMA
MENÚ # 3: COMIDA DE BRASIL**

Cuadro No 45. Costo de materia prima comida de Brasil

PRODUCTO	CANT	UND	COSTO X PAX	COSTO x EVENTO (200 Pax)	COSTO MENSUAL
Agua	750	cc	0,12	24,00	96,00
Papas medianas	3	U	0,42	84,00	336,00
Cebolla puerro	0,5	U	0,045	9,00	36,00
Col	0,5	Hoja	0,205	41,00	164,00
Aceite de oliva	5	Gr	0,20	40,00	160,00
sal - pimienta	5	Gr	0,05	10,00	40,00
Codillo /cerdo	0,25	und	0,25	50,00	200,00
Oreja de cerdo	0,25	und	0,13	25,00	100,00
Lengua / cerdo	0,125	und	0,50	100,00	400,00
Tocino ahumado	18,75	gr	0,23	45,00	180,00
Jamón ahumado	18,75	gr	0,15	30,00	120,00
Carne de cerdo	18,75	gr	0,08	15,00	60,00
Cuero de cerdo	6,25	gr	0,03	5,00	20,00
Chorizo	12,5	gr	0,04	8,50	34,00
Frejol negro	62,5	gr	0,19	37,50	150,00
Cebolla perla	6,25	gr	0,01	2,00	8,00
Cebolla blanca	3,75	gr	0,01	2,50	10,00
Ajo	3,75	gr	0,03	5,00	20,00
Tomate	5	gr	0,01	2,50	10,00
Laurel	0,25	hojas	0,01	1,25	5,00
Naranja	0,375	und	0,04	7,50	30,00
culantro y perejil	1,25	gr	0,012	2,50	10,00
Harina de mandioca	18,75	gr	0,03	6,00	24,00

Huevos	0,88	U	0,11	22,00	88,00
Lechuga crespita	8,33	gr	0,05	10,00	40,00
Palmito natural	8,33	gr	0,13	26,67	106,67
Mango	8,33	gr	0,05	10,00	40,00
Tomate	8,33	gr	0,00	0,00	0,00
Aguacate	0,04	und	0,02	3,33	13,33
Vinagre de frutas	5,00	cc	0,03	6,00	24,00
Pan blanco	0,17	und	0,02	3,33	13,33
Almendras	4,17	gr	0,04	8,33	33,33
Leche condensada	22,50	gr	0,25	50,00	200,00
Mantequilla	0,10	cdta	0,08	16,80	67,20
Cacao en polvo	0,30	cdta	0,02	3,40	13,60
Chispas de chocolate	10,00	gr	0,06	12,80	51,20
Coco rallado	5,00	gr	0,05	9,60	38,40
TOTAL				735,51	2942,06
COSTO ANUAL					35304,72

Fuente: Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

Cuadro No 46. Mano de obra directa

CARGO	NUMERO DE PERSONAS
Chef	1
Sub chef	1
Chef partida Cocina Caliente	1
Chef partida Pastelería	1

Fuente: Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

Cuadro No 47. Mano de obra indirecta

CARGO	NUMERO DE PERSONAS
Asistente de A&B	1
Posillero	1
Capitán	1
Salonero	1
Bodeguero	1
Cocinero	1
Ayudante / cocina	1

Fuente: Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

Cuadro No 48. Costos indirectos de fabricación

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN		
SERVICIOS	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Luz	30,00	360,00
Agua	25,00	300,00
Teléfono	20,00	240,00
Vehículo (Combustible)	70,00	840,00
Gas	7,50	90,00
TOTAL		1830,00
COSTO X PAX		0,19

Fuente: Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

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

Cuadro No 49. Costos de alquiler: Mesas, sillas

ALQUILER PARA LA DECORACIÓN DEL LOCAL	
DESCRIPCIÓN	PRECIO X PAX
Mesas rectangulares/ redondas x 8 Pax	0,18
Sillas Tifanni	0,80
Faldones	0,20
Mantel rectangular/ redondo	0,20
Cubre mantel	0,10
Cubre mantel mesa bocaditos	0,08
Servilleta	0,20
Lazos para sillas	0,40
Tela para decorar espacios grandes (interior y exterior)	0,8
Calentadores de ambiente con gas	0,5
Música	0,5
Carpas blancas (paredes , toldos e iluminación) 6 x 6 m	0,80
Decoraciones extra	1,00
TOTAL X PAX	5,76

Fuente: Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

Cuadro No 50. Costos alquiler del local

ALQUILER DEL LOCAL	
DESCRIPCIÓN	PRECIO x PAX
LOM Salón de recepciones (\$ 200,00 x 150 invitados)	1,33
PANCHOS Local de recepciones (\$ 200 x 150 invitados)	1,33
Salón de eventos CASA REAL vía a Licto - Eventos al aire libre (\$ 400 x 150 invitados)	2,66
Salón de eventos LLio – Vía a Chambo (\$800 x 200 invitados)	4,00
Salón de recepciones Hostería el Troje (\$ 700x 200 invitados)	3,5
Salón de recepciones Imperio Avenida Atahualpa vía Yaruquies (\$ 375 x 150 invitados)	2,50
TOTAL	15,34
Precio promedio x Pax	2,55

Fuente: Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

Cuadro No 51. Proveedores

EMPRESA	PRODUCTO	CIUDAD
Plastimas	Distribuidor de Productos de aseo	Riobamba
Licorería Don Paco	Distribuidor de licores y bebidas no alcohólicas	Riobamba
Molinos Fénix	Distribuidor de harinas (harina de castilla, harina de trigo.	Riobamba
Distribuidora “San Antonio ”	Distribuidora de arroz	Riobamba
Supermercado la Ibérica	Distribuidor de embutidos	Riobamba
Prolac	Distribuidora de lácteos (leche , queso, yogurt)	Riobamba
Mercado mayorista	Distribución de frutas, verduras, hortalizas, tubérculos	Riobamba
Glamour	Distribución de arreglos florales	Riobamba
Comercial bastidas	Distribuidora de granos secos, condimentos	Riobamba
Pronaca	Distribuidor de carnes (chancho, res , pollo)y mariscos (camarón , pescado), entre otros	Riobamba
Catering &Servicie	Alquiler de mesas, sillas mantelería	Riobamba
Comercial Bastidas	Distribuidor de azúcar	Riobamba
ICO S.A.	Productos de limpieza	Riobamba
PRODUVENTAS	Margarinas, aceites , manteca	Riobamba

Fuente: Trabajo e Investigación de Campo

Elaborado por: Samaniego, E. (2012)

B. ASPECTOS JURÍDICOS- MERCANTILES

i. Forma Jurídica elegida para el Proyecto

La forma jurídica de constitución de la empresa es “Empresa Individual”. El empresario individual es una persona física que, disponiendo de capacidad legal, ejerce de forma habitual y en nombre propio una actividad comercial, industrial o profesional.

No existe ningún trámite previo que condicione la adquisición del carácter de empresario individual, si bien la persona que desee constituirse como tal deberá ser mayor de edad, tener libre disposición de bienes y ejercer, por cuenta propia y de forma habitual, una actividad empresarial.

Los menores de dieciocho años y los incapacitados podrán continuar, por medio de sus tutores, el comercio que hubieran ejercido sus padres. En el caso de incapacidad legal para comerciar por parte del tutor, o si éste tuviese alguna incompatibilidad, deberá nombrarse uno o más factores que reúnan las condiciones legales, quienes le suplirán en el ejercicio del comercio.

La denominación de la empresa es el nombre de la persona física titular del negocio, si bien podrá actuar con nombre comercial.

Es un microempresa puesto que cuenta con más de 10 trabajadores, y su capital Fijo (descontando edificios y terrenos) puede ser mayor a 20 mil dólares. Se considera microempresa de acuerdo a su volumen de ventas, capital social,

cantidad de trabajadores, y su nivel de producción o activos que presentan características propias de este tipo de entidades económicas. Estas empresas pertenecen a PYMES que es el conjunto de pequeñas y medianas empresas.

En nuestro país las PYMES se encuentran particularmente en la producción de bienes y servicios, siendo la base del Desarrollo social tanto produciendo, demandando y comprando productos o añadiendo valor agregado, por lo que se constituyen en un factor fundamental en la generación de riqueza y empleo

1. Características de esta forma jurídica

No tiene una regulación legal específica y está sometido en su actividad empresarial a las disposiciones generales del Código de Comercio en materia mercantil y a lo dispuesto en el Código Civil en materia de derechos y obligaciones.

Control total de la empresa por parte del propietario, que dirige su gestión.

La personalidad jurídica de la empresa es la misma que la de su titular (empresario), quien responde personalmente de todas las obligaciones que contraiga la empresa.

No existe diferenciación entre el patrimonio mercantil y su patrimonio civil. No precisa proceso previo de constitución. Los trámites se inician al comienzo de la actividad empresarial.

La aportación de capital a la empresa, tanto en su calidad como en su cantidad, no tiene más límite que la voluntad del empresario.

ii. Requisitos legales para su apertura y funcionamiento

- Afiliación a Sectores artesanales, Cámaras o Colegios profesionales, según la actividad
- Si se va a tener personal contratado, inscripción de los mismos en la Seguridad Social para su afiliación
- Obtención del Registro Único de Contribuyentes (RUC)
 - Declaración del impuesto a la Renta (IR) anualmente
 - Declaración del IVA mensual o semestralmente
 - Llevar contabilidad según monto de capital o facturación
- Permiso de funcionamientos del Cuerpo de Bomberos
- Permiso de funcionamiento emitido por la Dirección Provincial de Salud.
- Permisos para poder llevar a cabo los trabajos de construcción :
 - Licencia de obras, si es preciso
 - Permiso de apertura del local, si es preciso
 - Trámites específicos, según actividad

Cuadro No 52. Requisitos legales para su apertura y funcionamiento

LUGAR	REQUISITO	OBTENCIÓN
Servicio de Rentas Internas	Original y copia de la Cedula de Identidad Original y copia del certificado de votación del último proceso electoral Copia del Pago de agua, luz o teléfono	Registro Único de Contribuyentes (RUC)
Ilustre Municipalidad del Cantón Riobamba	Original y copia de la Cedula de Identidad Original y copia del certificado de votación del último proceso electoral Copia del Pago de agua, luz o teléfono, RUC	Patente Actividad Económica
IESS Regional Riobamba	Contratos de trabajo que identifiquen la relación de dependencia laboral Copias de cédula y papeletas de votación de los empleados	Afiliación de Empleados y trabajadores al IESS
Cuerpo de Bomberos de Riobamba	Formulario Extintor Inspección del local	Permiso del Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos
Dirección Provincial de Salud de Riobamba	Solicitud dirigida al director provincial de salud. Copia de la Cedula y papeleta de votación	Permiso emitido por la Dirección Provincial de Riobamba

Fuente: Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

iii. **Gastos de Constitución:**

Cuadro No 53. Gastos de Constitución

CONCEPTO	COSTO
Municipio	50,00
SRI	30,00
Permiso del Cuerpo de Bomberos	10,00
Permiso de Salud	50,00
Transporte	20,00
Copias, impresiones	15,00
TOTAL GASTOS CONSTITUCIÓN	175,00

Fuente: Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

C. ESTRATEGIAS DE MARKETING

i. Servicio

1. Características Comerciales del Servicio

La empresa ofrece una gama de menús de diferentes países, el menú contiene: entrada, plato fuerte y postre, las preparaciones reflejan lo más auténtico en cuanto a gastronomía de cada país.

Además ofrece la organización de eventos con la temática escogida por el cliente lo cual garantiza que su evento sea irreplicable y único.

2. Definición de la marca para el Servicio de Catering

Considerando que la marca es la parte identificable del servicio por parte de los clientes, se consideraron los siguientes aspectos para definir la marca y lograr que se posicione en el mercado:

- ✓ Debe ser lo más clara y fácil de pronunciar por el cliente
- ✓ El eslogan debe describir claramente lo que ofrecemos.

2.1. Slogan

“Hacerlo realidad es nuestro compromiso”

2.2. Imago tipo:

Figura No 19. Logotipo Lo Novo Eventos



Elaborado por: Juan Carlos Padilla (DISEÑADOR GRÁFICO), 2012

En el **código lingüístico** se maneja la tipografía Bauhaus 93 con tamaño de letra 30 en negrita y Cordial New, tamaño de letra 18

Los **Colores** empleados son naranja, gris, y violeta:

El color naranja es un estimulante del apetito, la decoración naranja refuerza las ventas

El color violeta es para promocionar productos nuevos atrae en su mayoría a los adolescentes e invita a la imaginación.

El color gris transmite Seguridad, fiabilidad, profesionalismo, sofisticado, calidad ideal para transmitir la seriedad de la empresa.

La **Marca** establecida para la empresa Catering y Eventos significa "Lo Nuevo o Diferente" es fácil de recordar, puesto que está en Italiano y se asimila mucho al español de esta manera evitamos confusiones para nuestros clientes, la escritura denota elegancia y un marcado servicio gourmet, el color de la

tipografía es atractivo, demuestra una armoniosa combinación reflejando un toque de distinción y sutileza.

Los **Gráficos** utilizados son rosas y una copa de Martini:

El símbolo de la **Copa de Martini** da a conocer que las celebraciones estarán a la altura de una exigente clientela y se puede patrocinar todo tipo de eventos.

Las **Flores** pueden transmitir mensajes de una forma muy sutil y sin tener que hablar o escribir, las rosas expresan en una sola palabra felicidad la que deseamos transmitir a nuestros clientes con las flores violetas estamos deseando buenas fiestas, los ramos simbolizan belleza, elegancia y sobriedad.

El mensaje que acompaña al logotipo complementa lo que deseamos brindar al cliente “Hacerlo realidad es nuestro compromiso”

Los **Fondos permitidos** para nuestro imago tipo son: blanco, negro, rojo colonia.

Los **Fondos No permitidos** para nuestro imago tipo son: gris, violeta, naranja.

Cuadro No 54. Servicios para la Venta

SERVICIOS	ACCIONES
Pre- Venta	<p>Organizar las citas con los posibles clientes.</p> <p>Realizar llamadas telefónicas explicando cada uno de los servicios que la empresa oferta.</p> <p>Ofrecer promociones de acuerdo al número de invitados.</p>
Durante	<p>Dar el mejor trato posible a nuestro cliente esto incluye: saludo, demostrar cordialidad, ofrecer nuestros mejores menús, conocer lo que el cliente espera de la empresa.</p> <p>Realizar degustaciones en caso de que los invitados sean más de 100 Pax.</p> <p>Dar obsequios simbólicos: llaveros, calendarios, esferos con la información básica de quiénes somos y lo que ofertamos.</p>
Post- Venta	<p>Días después de haber finalizado el evento se realizaran llamadas telefónicas a nuestros clientes mediante las cuales se van a conocer si el servicio resulto o no satisfactorio, esto es primordial para poder mejorar como empresa y corregir posibles errores que se puedan estar dando.</p>

Fuente: Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

Garantías prestadas

El servicio de Catering cuenta por personal perfectamente capacitado y con sólidos conocimientos de manipulación de alimentos, por lo que garantizamos un servicio de alimentación de calidad y bajo las más altas normas sanitarias.

El personal de servicio brindara una asistencia de alta calidad, con el tipo de servicio que el cliente escoja garantizando que el cliente disfrute de su celebración.

La materia prima estará en controles periódicos para comprobar que su estado sea el idóneo para las preparaciones, los equipos estarán siendo revisados periódicamente, garantizando de esta manera salubridad al momento de ingerir los alimentos.

Servicios de instalación y atención a los clientes:

Se cuenta con una oficina en la que el cliente puede acercarse a solicitar información, en este lugar pueden observar el tipo de mantelería, cubertería, cristalería que será presentada en el evento, puesto que estarán en exhibición.

Además si el evento es para un número superior a 100 personas la Empresa ofrecerá una degustación que incluirá dos tipos de menús, para que el cliente escoja el que más le agrade.

El espacio en el cual el cliente es atendido cuenta con una decoración sutil, música armónica, facilidad para encontrar estacionamiento, sanitarios, para la comodidad de nuestros potenciales clientes.

ii. Precio

COSTOS DE PRODUCCIÓN:

Cuadro No 55. Mano de obra Directa

Preparación	Personal necesario	Costo por hora	Tiempo requerido	Costo total
Menú Brasil (entrada, plato fuerte, postre)	Chef	3,75	4 HORAS	15,00
	Sub chef	2,81	4 HORAS	11,20
	Chef partida		4 HORAS	11,20
	Cocina Caliente	2,81		
	Chef partida		4 HORAS	11,24
	Pastelería	2,81		
TOTAL 100 PAX				48,64
COSTO X PAX				0,48

Fuente: Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

Cuadro No 56. Mano de obra Indirecta

Preparación	Personal necesario	Costo por hora	Tiempo requerido	Costo total
Menú Brasil (entrada, plato fuerte, postre)	Asistente de A&B	1,88	4 HORAS	7,52
	Capitán	2,81	4 HORAS	11,20
	Salonero	1,88	4 HORAS	7,52
	Bodeguero	1,88	4 HORAS	7,52
	Cocinero	2,19	4 HORAS	8,72
	Ayudante/ panificador	1,88	4 HORAS	7,52
	Posillero	1,88	4 HORAS	7,52
	TOTAL 100 PAX			
COSTO X PAX				0,58

Fuente: Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

Cuadro No 57. Costos indirectos de fabricación

SERVICIOS	COSTO X PAX
Servicios Básicos	0,19
Costo alquiler menaje	5,76
Costo alquiler local	2,55
TOTAL	8,50

Fuente: Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

Cuadro No 58. Costos de producción

COSTOS DE PRODUCCIÓN	VALOR
Materia prima	3,70
Mano de obra	1,06
CIF	8,50
COSTO PRODUCCIÓN	13,26

Fuente: Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

Cuadro No 59. Precios Competencia

NOMBRE DE LA EMPRESA	PRECIO
Catering Service Passaboca	\$ 20
Catering Service Global Eventos	\$ 25
Catering Service Mera	\$ 15
J & S Catering Service	\$ 18
COSTO PROMEDIO	\$ 20

Fuente: Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

Cuadro No 60. Precio de acuerdo al margen de Utilidad

COSTO PRODUCCIÓN	30 %	40%	50%
13,26	17,23	18,56	19,89

Fuente: Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

Cuadro No 61. Precio al por Mayor o Distribuidores

P.V.P.	DESCUENTOS		
	300 PAX (5%)	400 PAX (8 %)	500 PAX (10 %)
18,00	17,00	16,56	16,20

Fuente: Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

La empresa cobrara \$ 18,00 por evento y se realizaran descuento dependiendo del número de invitados que tenga el cliente como se observa en la tabla.

Dentro de la forma de pago que el cliente llevara con la Empresa será del 50 % de anticipo a la firma de contrato y el 50 % restante una semana antes del desarrollo del evento.

El costo incluye, mantelería, cristalería, cubertería, mesas, sillas, local, servicio de alimentación (entrada, plato fuerte y postre), decoración del local y el cliente se encarga de entregar al personal de servicio el Licor.

iii. Distribución

En base al Estudio de Mercado se define los canales de distribución con los que llegaremos a los futuros clientes el servicio que Oferta el Servicio de catering

1. Canales de Comercialización:

Los canales de comercialización que se aplican para llegar a los clientes potenciales se describen a continuación:

DIRECTO:

Figura No 20. Canal de comercialización directo



Fuente: Trabajo e Investigación de campo
Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

iv. Plan de Comunicación

Cuadro No 62. Plan de Comunicación

TIPO DE PUBLICIDAD	DETALLE	TARGET	PRESUPUESTO/ ANUAL
Afiches	Tamaño A5 papel bond, blanco y negro 1500 impresiones al año	Promocionar y dar a conocer los servicios que ofrece la empresa de catering	37,50
Radio	Transmisión de lunes a viernes en horarios rotativos , duración de 40 segundos máximo, 10 anuncios diarios durante 3 meses	Atraer a futuros clientes, anunciando el nuevo servicio	1008,00
Prensa Escrita	Publicaciones mensuales ,1/8 de página tamaño A4, blanco y negro , 4 veces al mes	Al ser un diario reconocido en la ciudad llegamos a gran cantidad de lectores	1200,00
Televisión	Publicaciones mensuales, con mayor énfasis en los primeros meses luego se realizaran paulatinamente. Y en menor tiempo. Se realizaran 6 pautas diarias de lunes a viernes con duración de 30 segundos. Transmitido en programación general. Durante 3 meses	Visualización del servicio y posicionamiento en el mercado. A los tres meses empezar a conocer el producto, a los 6 meses el cliente reconoce el producto y al año conseguimos tener marca en el mercado	2688,00
Creación de una Página web	En la página se dará a conocer los descuentos, promociones, servicios	de esta manera estaremos más cerca del cliente ya que se realizaran actualizaciones permanentes	0,00
TOTAL			4.933,5

Fuente: Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

v. Competencia

Cuadro No 63. Competencia

Nombre	Servicio	Instalación	Capacidad	Ubicación	Tipo de clientes	Ventajas	Precio
Catering Service Passaboca	Alimentación y servicio	Alquilada	150 Pax	España y Olmedo	Local	Innovación en decoración de ambientes	\$ 20
J & S Catering Service	Alimentación y servicio	Alquilada	250 Pax	España y Esmeraldas	Local y Regional	Precio accesible al cliente	\$ 15
Catering Service Global Eventos	Alimentación y servicio	Propia	200 Pax	Veloz y Autachi	Local Y regional	Local propio, ubicación céntrica	\$ 25
Catering Service Panchos	Alimentación y servicio	Propia	150 Pax	Carlos Zambrano y Orozco	Local Y regional	Renovación continua decoración de ambientes	\$ 18

Fuente: Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

D. GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

i. Determinación del Talento Humano

La empresa contará con una estructura Organizacional puesto que nos ayudara al desarrollo de las diferentes actividades y de esta manera cumplir con las metas de la Empresa.

Cuadro No 64. Personal requerido para el funcionamiento del Catering

ÁREA	CARGO	N° DE PERSONAS
Área Administrativa	Administrador	1
	Asistente Administrativo	1
Área Operativa	Chef	1
	Sub Chef	1
	Asistente de A& B	
	Cocineros	1
	Ayudantes de Cocina	2
	Panificador	1
	Ayudante de Panificador	1
	Posillero	1
Servicio	Capitán	1
	Saloneros	10
Bodega	Bodeguero	1

Fuente: Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

ii. Descripción del puesto de trabajo

Cuadro No 65. Funciones y salarios de cada Cargo

CARGO	FUNCIONES	SALARIO
ADMINISTRATIVO		
ADMINISTRADOR	<ul style="list-style-type: none"> • Asignar funciones a los jefes de cada área y controlar las actividades a desarrollarse en el día • Revisar los registros contables • Controlar horarios del personal • Creación de contratos para eventos • Controlar y dirigir al personal 	\$ 716,90
ASISTENTE	<ul style="list-style-type: none"> • Realiza actividades de mecanografiado, archivo, atención al cliente, control financiero. • Archiva y ordena los documentos. 	\$ 358,45
OPERATIVO		
CHEF	<ul style="list-style-type: none"> • Responsable de la planeación, organización, liderazgo y control. • Cumplir con las normas de sanidad en la preparación y manipulación de alimentos • Se encargará de que todos los alimentos estén en buen estado aplicando métodos de conservación adecuados • Realizará inventarios de los materiales, equipo y utensilios que se utilizan en la cocina • Asignación de trabajos, organización de turnos y controlar al personal a su cargo • Identificar y resolver los problemas que surjan en la cocina. 	\$716,90

CARGO	FUNCIONES	SALARIO
SUBCHEF	<ul style="list-style-type: none"> • Designa tareas al personal de cocina • Seguimiento de las actividades para asegurarse de que se realicen de acuerdo a lo planeado • Define y elabora recetas estándar tanto para alimentos como para bebidas • Es responsable de la elaboración y actualización de menús y cartas • Garantiza la correcta elaboración de los alimentos • Auxiliar del Chef • Control de trabajos efectuados 	\$ 537,68
COCINERO	<ul style="list-style-type: none"> • Ejecutar las tareas que se le encomienden • Higienizar y limpiar las materias primas e insumos, aplicando los procedimientos y técnicas adecuados. • Mantener las condiciones higiénicas y de funcionamiento de la infraestructura, utensilios y equipos manuales. • Ejecutar procesos de envasado y conservación para cada género utilizando equipos idóneos, para preservar su calidad. • Garantizar la correcta elaboración de los menús 	\$ 418,19
PANIFICADOR	<ul style="list-style-type: none"> • Planificación del equipo de trabajo, en las labores diarias • Supervisar el trabajo diario del personal • Planificación de recetas • Preparación de pan y pasteles • Identificar los problemas que se dé en la pastelería 	\$ 537,68

	<ul style="list-style-type: none"> • Asignación de trabajos, organización de turnos y controlar al personal a su cargo. • Control de trabajos efectuados • Solicitud y recepción de materia prima 	
CARGO	FUNCIONES	SALARIO
AYUDANTE DE PANIFICADOR	<ul style="list-style-type: none"> • Ayudar al panificador en la elaboración del pan y pasteles • Preparación de los productos a utilizarse • Ayudar al panificador en la elaboración de postres, bocaditos. • Guardar de forma adecuada la MP • Dar a conocer al panificador los productos que se agotan. • Limpieza del área de producción. • Informar de todo lo que suceda en el área productiva cuando el panificador no se encuentre. • Controlar la calidad de los productos. 	\$ 358,45
POSILLERO	<ul style="list-style-type: none"> • Ejecución de las labores diarias delegadas. • Entrega de menaje limpio y pulido. • Lavar el menaje que se utilice en el servicio de catering • Notificar la falta de implementos de limpieza • Es asistente de cocina • Solicitud y recepción de menaje 	\$ 358,45
SERVICIO		
CAPITÁN (Maître)	<ul style="list-style-type: none"> • Planificar el equipo de trabajo, en las labores diarias • Realizar todas las tareas y responsabilidades en el tiempo y forma prevista por la empresa. 	\$ 537,68

	<ul style="list-style-type: none"> • Permanecer cerca de la estación para que pueda fácilmente atender a los clientes • Aplicar reglas de sanitación en el servicio • Mantener informado al Administrador de cualquier problema para tomar las medidas que sean necesarias. • Manejar las quejas rápido y con cortesía 	
CARGO	FUNCIONES	SALARIO
	<ul style="list-style-type: none"> • Reunirse con el Chef para estar informado del menú a servir en el evento y compartir la información con los saloneros a su cargo. • Identificar y resolver problemas que se den en el Servicio de catering • Ordenar los shift meeting • Control de trabajos efectuados 	
SALONERO	<ul style="list-style-type: none"> • Ejecución de las labores diarias delegadas • Brindar un excelente servicio al cliente. • Mantener limpia la estación de servicio y las mesas montadas apropiadamente. • Mantener la apariencia de la mesa, retirar todo lo que no se necesite, chequear constantemente el nivel de las bebidas, cambiar, los ceniceros sucios. • Desbrozar toda la vajilla de acuerdo a la orden del Maître • Aplicar reglas de sanitación durante el servicio • Responder preguntas relacionadas a las comidas y bebidas; preparación, ingredientes y acompañantes de los diferentes bocaditos servidos durante el evento. 	\$ 358,45
BODEGA		

BODEGUERO	<ul style="list-style-type: none"> • Solicitar y despachar materias primas, insumos y materiales, aplicando los procedimientos de inventario establecidos • Llevar un control diario de ingresos y egresos de MP a la bodega. • Chequear el consumo y disponibilidad de insumos y materiales necesarios para las distintas áreas • Enfrentarse a la escases o 	\$ 358,45
CARGO	FUNCIONES	SALARIO
	<p>ausencia de materiales requeridos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hacer cotizaciones • Elaborar órdenes de compra y mantener una lista de proveedores • Devolver insumos y materiales que no cumplan con las normas establecidas por la empresa. • Monitoreo del estado de los productos almacenados • Despachar insumos y materiales a las distintas áreas de la empresa • Limpiar y ordenar el lugar de trabajo • Técnicas de despacho (FIFO) • Registrar la información relativa a stocks de insumo y materiales. 	

Fuente: Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

iii. Costes salariales

Cuadro No 66. Costes salariales. Mano de obra indirecta

Fuente: Trabajo e Investigación de campo

CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	TOTAL INGRESOS	APORTE PATRONAL 12,15%	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	FONDO DE RESERVA	VACACIONES
Administrador	600	7200	7200	874,8	292,00	600	600	300
Asistente de A&B	300	3600	3600	437,4	292,00	300	300	150
Posillero	300	3600	3600	437,4	292,00	300	300	150
Capitán	450	5400	5400	656,1	292,00	450	450	225
Salonero	300	3600	3600	437,4	292,00	300	300	150
Bodeguero	300	3600	3600	437,4	292,00	300	300	150
TOTAL	2250,00	27000,00	27000,00	3280,5	1752,00	2250	2250	1125

Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

Cuadro No 67. Costes salariales. Mano de obra directa

Fuente: Trabajo e Investigación de campo

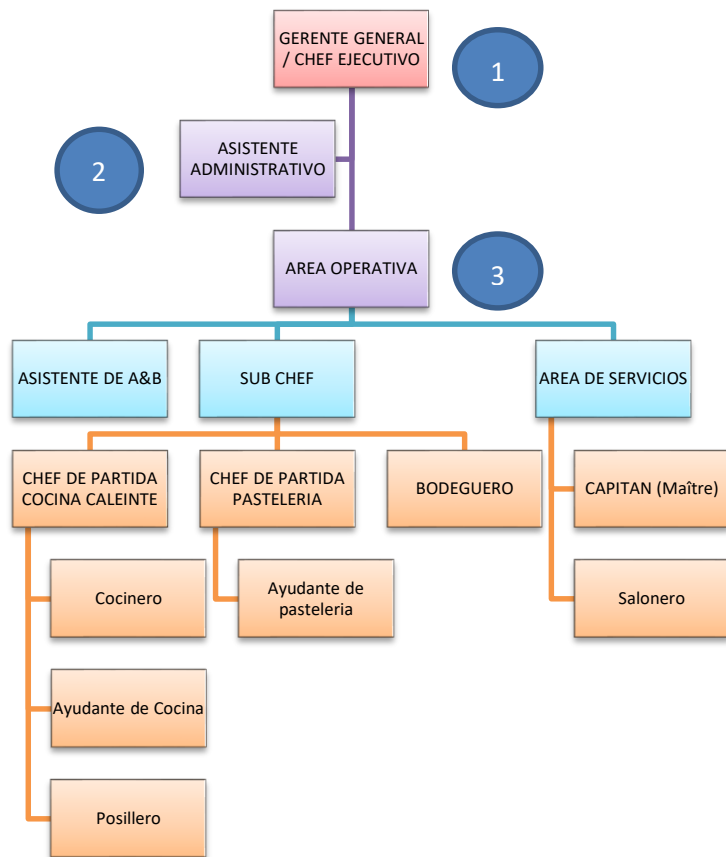
Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	TOTAL INGRESOS	APORTE PATRONAL 12,15%	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	FONDO DE RESERVA	VACACIONES
Chef	600	7200	7200	874,8	292,00	600	600	300
Sub chef	450	5400	5400	656,1	292,00	450	450	225
Chef	600	7200	7200	874,8	292,00	600	600	300
Sub chef	450	5400	5400	656,1	292,00	450	450	225
Chef partida Cocina Caliente	450	5400	5400	656,1	292,00	450	450	225
Cocinero	350	4200	4200	510,3	292,00	350	350	175
Chef partida Pastelería	450	5400	5400	656,1	292,00	450	450	225
Ayudante/ panificador	300	3600	3600	437,4	292,00	300	300	150
TOTAL	3650	43800	43800	5321,7	2336,00	3650	3650	1825

iv. Organigrama empresarial

La Empresa de Organización de Eventos se encuentra organizada de la siguiente manera:

Figura No 21. Organigrama estructural



ÁREA	NIVEL
1	Directivo y Ejecutivo
2	Auxiliar
3	Directivo
4	Operativo

Fuente: Trabajo e Investigación de campo
Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

vi. Selección y Contratación del Personal

1. Selección.

Para la selección del personal se tomara en cuenta a las personas que contribuyan positivamente con lo que la empresa busca, que reúnan las capacidades requeridas para desempeñar un cargo, cuenten con el tiempo requerido por la empresa, y se adapten de manera eficaz al ritmo de la empresa. Se publicara en medio escrito el personal que la empresa necesita, contactos con universidades, centros de capacitación u otros centros de estudio, colocación de anuncios en la puerta de la empresa y se hará uso también del internet en una página web de anuncios

Los parámetros a tomar en cuenta para a selección son los siguientes:

- Conocimientos en el área solicitada
- Experiencia
- Valores
- Ética Profesional
- Aptitud
- Actitud
- Disponibilidad de Tiempo

2. Costos de selección de personal

Cuadro No 68. Costos de selección de personal

Medio	frecuencia	Costo
Prensa escrita	Dos anuncios semanales en clasificados, descripción básica del cargo	\$ 70,00
Llamadas telefónicas a Instituciones	Dos veces a la semana	\$ 5,00
Internet	Pagina autorizada para colocar anuncios (gratuito)	\$ 0,00
Anuncio en la puerta de la Empresa	Hojas con la descripción del cargo requerido	\$ 2,00
TOTAL		\$ 77,00

Fuente: Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

Cuadro No 69. Equipamiento para el Área Administrativa
EQUIPAMIENTO PARA EL ÁREA ADMINISTRATIVA

CANTIDAD REQUERIDA	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1	Archivador	120,00	120,00
1	Estación de trabajo – Ejecutivo	180,00	180,00
3	Sillas	50,00	150,00
3	Cuadros	15,00	60,00
1	Computador	1.300,00	1.300,00
1	Impresora	120,00	120,00
Subtotal:			1930,00
IVA 12%			231,60
Total			2161,60

Fuente: Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

Cuadro No 70. Costo total de los gastos de investigación

RECURSOS	Nro.	Descripción	Cant.	V. Unitario	V. Total
Materiales de oficina	1	Hojas de Papel (encuestas)	1000	0.01	10,00
		Esferográficos para encuestas	10	0.25	2.50
	2	Material bibliográfico	4	25,00	100,00
		Internet	1	10,00	10,00
		Copias	-----	-----	10,00
Equipo de computo	3	Computador	1	Propio	0,00
	4	Impresora	1	Propio	0,00
	5	Cartuchos negro / color	4	25,00	100,00
Muebles de oficina	6	Sillas	4	Propio	0,00
	7	Escritorio	1	Propio	0,00
Local(oficina) para reuniones del personal de investigación	8	Casa propia	1	Propio	0,00
Refrigerios	9	Encuestadores	4(dos días)	2,00	16,00
Transporte	10	Encuestadores	4(dos días)	1,00	8,00
Capacitación para los encuestadores	11	Encuestadores	1	Propio	0,00
TOTAL					256,50

Fuente: Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

E. ASPECTOS ECONÓMICOS - FINANCIEROS

i. Objetivos Empresariales

1. Corto plazo

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

2. Mediano Plazo

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

3. Largo Plazo

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

ii. **Estructura del Balance**

1. **Balance General**

1.1. **Capital de Trabajo**

Cuadro No 71. Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
MPD	2942,06	35304,72
MOD	3650	43800
CIF	2402,50	28830
TOTAL	8994,56	107934,72

Fuente: Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

1.2. Activos Fijos

Cuadro No 72. Activos Fijos

ÁREA	ACTIVOS FIJOS	VALOR TOTAL	R. PROPIOS	CRÉDITO
A. ADMINISTRATIVA	Muebles y Enseres	861,60	861,60	
	Equipo de Computo	1300,00	1300,00	
	Vehículo	12000,00	12000,00	
A. PRODUCCIÓN	Maquinaria y Equipo	40567,46		40567,46
	Uniformes del personal	562,02		562,02
	Edificio	124000,00	124000,00	
A. SERVICIO	Maquinaria y equipo	30299,61		30299,61
	Uniformes del personal	735,84		735,84
A. BODEGA	Maquinaria y equipo	33.734,4		33.734,4
	Implementos de Limpieza	811,88		811,88
TOTAL		244872,81	138161,6	106711,21

Fuente: Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

1.3. Gastos

Cuadro No 73. Activo diferido

GASTOS	CUENTAS	I. ANUAL
Gastos de Constitución	Gastos de Patentes y Licencias	
	Municipio	50,00
	SRI	30,00
	Permiso del Cuerpo de Bomberos	10,00
	Permiso de Salud	50,00
	Transporte	20,00
	Copias, impresiones	15,00
Sub total		175,00
Gastos de Investigación y Desarrollo	Gastos de publicidad y comercialización	
	Afiches	37,50
	Radio	1008,00
	Prensa Escrita	1200,00
	Televisión	2688,00
	Creación de una Página web	0,00
	Estudio de Mercado	
	Refrigerios	16,00
	Transporte	8,00
	Capacitación para los encuestadores	0,00
	Sub total	
Gastos de Organización	Prensa escrita (contracción personal)	70,00
	Llamadas telefónicas a Instituciones	5,00
	Internet	0,00
	Anuncio en la puerta de la Empresa	2,00
Sub total		77,00
TOTAL		5141,67

Fuente: Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

1.4. Depreciación de activos Fijos

Cuadro No 74. Depreciación de activos fijos

DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS ÁREA DE PRODUCCIÓN			
Activos Fijos Depreciables	Valor en libros	Valor residual	Depreciación Anual
Equipamiento para el Área de Cocina	40567,46	4056,75	3651,07
Equipamiento para el Área de Bodega	33.734,4	3.373,44	3036,09
Equipos de Limpieza	811,88	81,18	73,07
Uniformes / Personal Cocina	562,02	56,20	505,82
Local de producción	124000,00	6200,00	5890,00
Sub Total	199675,76	13767,57	13156,05
DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS ÁREA SERVICIO (VENTAS)			
Equipamiento para el Área de Servicio	30299,61	3029,96	2726,96
Uniformes / Personal Servicio	735,84	73,58	662,26
Sub Total	31035,45	3103,54	3389,22
DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS ÁREA ADMINISTRATIVA			
Activos Fijos Depreciables	Valor en libros	Valor residual	Depreciación Anual
Equipo de computo	1300,00	433,29	288,90
Equipamiento para el Área Administrativa	861,60	86,16	77,54
Vehículo	12000,00	2400,00	1920
Sub Total	14161,6	2919,45	2286,44
TOTAL	244872,81	19790,52	18831,71

Fuente: Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

1.5. Amortizaciones de activos diferidos

Cuadro No 75. Amortizaciones de activos diferidos

	GASTOS	AMORTIZACIÓN DE GASTOS	AMORTIZACIÓN TOTAL
Gastos Constitución	175,00	35,00	140,00
Gastos Organización	5010,50	1002,10	4008,40
Gastos Investigación	256,00	51,20	204,80
TOTAL			4353,20

Fuente: Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

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

2. Tabla de amortización de la deuda

Entidad Bancaria: Cooperativa de Ahorro y Crédito" El Sagrario"

P= Monto del Préstamo Otorgado: \$105.000,00

n= Periodos del Crédito: 5

i= Interés anual: 13,25 %

Tipo de Crédito: Quirografario

Cuadro No 76. Tabla de amortización de la deuda

PERIODO	PAGO	INTERÉS	AMORTIZACIÓN	SALDO INSOLUTO
0	-	-	-	105000
1	30035,34	13912,5	16122,84	88877,16
2	30035,34	11776,22	18259,12	70618,04
3	30035,34	9356,891	20678,45	49939,59
4	30035,34	6616,996	23418,34	26521,25
5	30035,34	3514,066	26521,27	-0,02
TOTAL	150176,7	45176,68	105000,02	0,00

Fuente: Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

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

$$\text{PAGO (R)} = \frac{P \cdot i \cdot (1+i)^n}{(1+i)^n - 1}$$

$$R = \frac{105000,00 \cdot 0,1325 \cdot (1,1325)^{10}}{(1,1325)^{10} - 1}$$

$$R = 19544,13$$

Cuadro No 77. Presupuesto de ingresos

	PVP	Venta Semanal	Venta Mensual	Venta Anual	Ingresos Totales
Menú 1	\$ 18,00	300 Pax	1200 Pax	14400 Pax	\$259200,00

Fuente: Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

Cuadro No 78. Gastos administrativos

Gastos Administrativos	Costo
Sueldos	10800,00
Aporte patronal IECE y SECAP	1312,20
Beneficios Sociales	2834,00
Servicios básicos	915,00
Depreciación de Activos Fijos	18831,71
TOTAL	34692,91

Fuente: Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

Cuadro No 79. Gastos ventas

Gastos Ventas	Costo
Sueldos	9000,00
Aporte patronal IECE y SECAP	1093,5
Beneficios Sociales	2459,00
Servicios básicos	0,00
Depreciación de Activos Fijos	3389,22
Publicidad	4933,5
TOTAL	20875,22

Fuente: Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

Cuadro No 80. Gastos financieros

Gastos Ventas	Costo
Interés Bancario	13912,5
TOTAL	13912,5

Fuente: Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

3. Estado de Resultados

EMPRESA DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS Y CATERING “LO NOVO”
ESTADO DE RESULTADOS
DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2012

INGRESOS		259200,00
INGRESOS ORDINARIOS	259200,00	
Ventas Menú 1	259200,00	
TOTAL INGRESOS	259200,00	
EGRESOS		-(193538,19)
COSTOS	107934,72	
Costos Producción	107934,72	
GASTOS	85603,47	
Gastos Administrativos	34692,91	
Sueldos	10800,00	
Aporte patronal IECE y SECAP	1312,20	
Beneficios Sociales	2834,00	
Servicios Básicos	915,00	
Depreciación de A. Fijos	18831,71	
Gastos Ventas	20875,22	
Sueldos	9000,00	
Aporte patronal IECE y SECAP	1093,5	
Beneficios Sociales	2459,00	
Servicios Básicos	0,00	
Depreciación de A. Fijos	3389,22	
Publicidad	4933,5	
Gastos Financieros	30035,34	
Gastos Intereses Bancarios	30035,34	
(=) Utilidad antes de participación Trabajadores e impuesto		65661,81
(-) 15 % Utilidad Trabajadores		- (9849,27)
(=) Utilidad antes de impuestos		55812,54
(-) 25 % Impuesto a la renta		- (13953,13)
(=) Utilidad del presente ejercicio		41859,40

4. Proyección del estado de Pérdidas y Ganancias

Cuadro No 81. Estado de pérdidas y ganancias

		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	Ingresos Ordinarios	259200	302400	345600	388800	432000
EGRESOS	Costos	107934,72	107934,72	107934,72	109143,5889	110365,9971
	Gastos Administrativos	34692,91	34692,91	34692,91	35081,47059	35474,38306
	Gastos Ventas	20875,22	20875,22	20875,22	21109,02246	21345,44352
	Gastos Financieros	30035,34	30035,34	30035,34	30371,73581	30711,89925
(=) Utilidad antes de participación		65661,81	108861,81	152061,81	193094,1823	234102,2771
(-) 15 % Utilidad Trabajadores		9849,2715	16329,2715	22809,2715	28964,12734	35115,34157
(=) Utilidad antes de impuestos		55812,5385	92532,5385	129252,5385	164130,0549	198986,9355
(-) 25 % Impuesto a la renta		13953,13463	23133,13463	32313,13463	41032,51373	49746,73389
(=) Utilidad del presente ejercicio		41859,40388	69399,40388	96939,40388	123097,5412	149240,2017

Fuente: Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

INFLACIÓN: 1,12 % anual

4.1. Costos Fijos

Cuadro No 82. Costos fijos

COSTOS / GASTOS	VALOR
MOD	43800,00
Sueldos Administrativos	10800,00
Aporte Patronal IECE y SECAP Administrativo	1312,20
Beneficios Sociales Administrativo	2834,00
Depreciación de Activos fijos Administrativa	2286,44
Sueldos Ventas	9000,00
Aporte Patronal IECE y SECAP Ventas	1093,5
Beneficios Sociales Ventas	2459,00
Depreciación de Activos fijos Venta	3389,22
CIF	28830,00
TOTAL	105804,36

Fuente: Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

4.2. Costos Variables

Cuadro No 83. Costos variables

COSTOS / GASTOS	VALOR
MPD	35304,72
Servicios Básicos Administrativos	915,00
TOTAL	36219,72

Fuente: Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

4.3. Inversion Inicial:

$$II = CT + AF + AD$$

$$II = 107934,72 + 106711,21 + 5141,67$$

$$II = 219787,6$$

5. Determinación de los Flujos Netos del Efectivo

EMPRESA DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS Y CATERING “LO NOVO”

FLUJO NETO DEL EFECTIVO al 31 de Diciembre 2012

Cuadro No 84. Flujo del efectivo

AÑOS	INVERSIÓN INICIAL	UTILIDAD NETA	AMORTIZACIÓN	DEPRECIACIÓN	CAPITAL PRÉSTAMO	VALOR RESIDUAL	FLUJO NETO EFECTIVO
0	-219.787,60	-	-	-	-	-	-
		41859,4	870,64	3766,34	21000		25496,38
1		69399,4	870,64	3766,34	21000		53036,38
2		96939,4	870,64	3766,34	21000		80576,38
3		123097,5	870,64	3766,34	21000		106734,52
4		149240,2	870,64	3766,34	21000	19790,52	152667,70

Fuente: Trabajo e Investigación de campo
Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

6. Viabilidad Financiera

6.1. Cálculo del Van:

VAN 1 (Valor Actual Neto):

$$\mathbf{VAN\ 1} = -I + \frac{FNE1}{(1,1325)^1} + \frac{FNE2}{(1,1325)^2} + \frac{FNE3}{(1,1325)^3} + \frac{FNE4}{(1,1325)^4} + \frac{FNE5}{(1,1325)^5}$$

$$\mathbf{VAN\ 1} = -219787,6 + \frac{25496,38}{(1,1325)^1} + \frac{53036,38}{(1,1325)^2} + \frac{-80576,38}{(1,1325)^3} + \frac{106734,52}{(1,1325)^4} + \frac{152667,70}{(1,1325)^5}$$

$$\mathbf{VAN\ 1} = -219787,6 + 22513,36 + 41352,09 + 55474,46 + 64886,16 + 81951,35$$

$$\mathbf{VAN1 = 46389,82}$$

VAN 2 (Valor Actual Neto):

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

$$\mathbf{VAN\ 2} = -219787,6 + \frac{25496,38}{(1,18)^1} + \frac{53036,38}{(1,18)^2} + \frac{80576,38}{(1,18)^3} + \frac{106734,52}{(1,18)^4} + \frac{152667,70}{(1,18)^5}$$

$$\mathbf{VAN\ 2} = -219787,6 + 21607,10 + 38089,90 + 59041,27 + 65052,47 + 76732,46$$

$$\mathbf{VAN2 = 20735,6}$$

6.2. Cálculo Del TIR

Cuadro No 85. Cálculo del TIR

AÑOS	VAN 1 (13,25 %)	VAN 2 (18 %)
0	-219787,6	-219787,6
1	22513,36	21607,10
2	41352,09	38089,90
3	55474,46	59041,27
4	64886,16	65052,47
5	81951,35	76732,46
TOTAL	46389,82	20735,6

Fuente: Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

$$\text{TIR} = \text{tim} + (\text{Tim} - \text{tim}) \frac{\sum V_{antim}}{\sum V_{antim} - \sum V_{anTim}}$$

$$\text{TIR} = 0,13 + (0,18 - 0,1325) \frac{46389,82}{46389,82 - 20735,6}$$

$$\text{TIR} = 0,13 + (0,05)(3,60)$$

$$\text{TIR} = 0,13 + 0,18$$

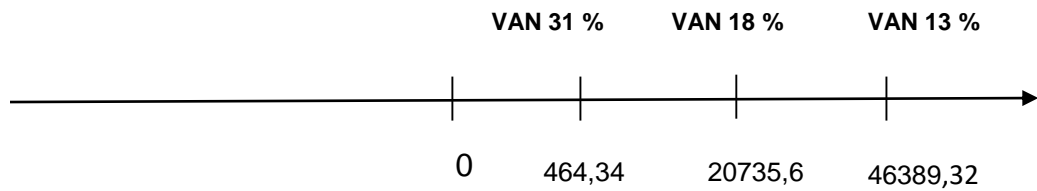
$$\text{TIR} = 0,31 = 31 \%$$

$$\text{VAN TIR} = -I + \frac{\text{FNE}}{(1,31)^1} + \frac{\text{FNE}}{(1,31)^2} + \frac{\text{FNE}}{(1,31)^3} + \frac{\text{FNE}}{(1,31)^4} + \frac{\text{FNE}}{(1,31)^5}$$

$$\text{VAN TIR} = -219787,6 + \frac{25496,38}{(1,18)^1} + \frac{53036,38}{(1,18)^2} + \frac{80576,38}{(1,18)^3} + \frac{106734,52}{(1,18)^4} + \frac{152667,70}{(1,18)^5}$$

$$\text{VAN TIR} = -219787,6 + 29762,89 + 40485,8 + 51953,2 + 48477,8 + 49572,25$$

$$\text{VANTIR} = 464,34$$



6.3. Calculo Del PRI

Cuadro No 86. Calculo Del PRI

AÑOS	VAN 13,25%	PRI
0	-219787,6	- 219787,6
1	41352,09	-178435,50
2	55474,46	-122961,10
3	64886,16	-58074,9
4	81951,35	23876,50

Fuente: Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

6.4. Relación Beneficio / Costo

Cuadro No 87. Relación beneficio / costo

AÑOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	COSTOS ACTUALIZADOS
1	302400	193538,19
2	345600	205705,82
3	388800	205705,82
4	432000	240114,18
5	432000	280114,18
TOTAL	1900800	1125178,19

Fuente: Trabajo e Investigación de campo

Elaborado por: Elizabeth Samaniego H. (2012)

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

$$R B / C = \frac{1900800}{1125178,19}$$

$$R B / C = 1,68$$

PUNTO DE EQUILIBRIO EN DINERO

$$CF = 105804,36$$

$$CV = 36219,72 / 9600 = 3,77$$

$$\text{Ingresos} = 259200,00$$

PUNTO DE EQUILIBRIO EN DINERO

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

$$PE = \frac{105804,36}{1 - \frac{3,77}{259200,00}}$$

$$PE = \$ 105805,89$$

PUNTO DE EQUILIBRIO POR UNIDADES

$$Q = PE / PVP$$

$$Q = 12299,00 / 18,00$$

$$Q = 5878,10$$

Se deben producir 5878,10 Pax para que la empresa ni pierda ni gane es decir se mantenga.

F. ASPECTOS AMBIENTALES

Concepto

Se entiende por **impacto ambiental** el efecto que produce una determinada acción sobre el medio ambiente en sus distintos aspectos.

Las acciones humanas, son los principales motivos que han producido que un bien o recurso natural sufra cambios negativos. Ahora los recursos naturales se encuentran amenazados en todos los sentidos, el agua, el suelo, el aire son recursos que están siendo afectados por medidas o acciones sin previos estudios que permitan mitigar estos impactos, la minimización del impacto ambiental es un factor preponderante en cualquier estudio que se quiera hacer en un proyecto o acción a ejecutar, con esto se logrará que los efectos secundarios pueden ser positivos y, menos negativos. Otra cosa importante que tiene que ver con el impacto ambiental es la evaluación de impacto ambiental (EIA) es el análisis de las consecuencias predecibles de la acción; y la Declaración de Impacto ambiental (DÍA) es la comunicación previa, que las leyes ambientales exigen bajo ciertos supuestos, de las consecuencias ambientales predichas por la evaluación.

i. Impacto ambiental del proyecto

Con este estudio se va a predecir los impactos ambientales que producirá la creación de la Planta de Producción y la formulación de medidas de mitigación sobre aquellas acciones negativas para el medio ambiente.

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

Las actividades identificadas:

1. Construcción para la planta de producción y Admiración: se producirá ruido, para la colocación de maquinarias y equipos y generará, y molestias visuales para las personas que transiten por el lugar.

2. Impactos durante la operación de la Empresa de Organización de Eventos Temáticos: se analizarán las acciones durante la operación de la Empresa, existiendo la generación de desechos sólidos por la producción y generación.

ii. Acciones Remediales

1. Construcción para la planta de producción y Admiración: utilizar los sitios designados para la construcción. Al terminar se procederá a la recolección y manejo de desechos.

2. Impactos durante la Operación: los tratamientos que se darán para los desechos sólidos durante la producción se detallan a continuación:

Se clasificará la basura en recipientes de distinto color: en el uno se depositarán los residuos orgánicos y en el otro los residuos inorgánicos.

Los **residuos orgánicos** (cascaras de frutas, cortezas de papas, hortalizas, cascaras de huevo y resto de comida) pueden ser procesados transformando la materia orgánica en humus.

Para los residuos orgánicos como restos de comida se manejarán reglas para esto:

- Evitar la acumulación de basura dentro o fuera del Establecimiento.
- Sacar la basura lo más pronto posible de las áreas de preparación
- Usar contenedores apropiados
- Almacenar los contenedores sobre superficies lisas
- Mantener los contenedores siempre cerrados
- Mantener la basura en áreas designadas
- Tener una área designada para lavar los contenedores de basura
- Limpiar y lavar los contenedores frecuentemente
- El volumen de basura y desperdicios pueden ser reducidos usando trituradores con los que se muelen y luego pueden ser descartados

En otro recipiente se depositará **los residuos inorgánicos**: los desperdicios sólidos secos que incluye botellas de vidrio, plástico, envases, fundas de papel y cajas de cartón. Estos desechos una vez reciclados se convertirán en una solución al problema de contaminación del establecimiento.

Tecnología alternativa para reducir la basura

La basura es una invención del ser humano. Prácticamente todos los productos obtenidos de la Naturaleza pueden ser reutilizables como materias primas en el proceso de fabricación.

Los términos claves para lograr este propósito: Reducir - Rehusar - Reciclar.

Para REDUCIR la basura se debe evitar:

- El exceso de envoltorios
- La compra de productos embalados con materia no reciclables
- Los envases descartables
- La compra de pilas comunes
- Los productos de limpieza tóxicos (destapa cañerías)
- Plantas y /o flores artificiales
- Usar vajillas desechables.

Para REHUSAR:

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

Para RECICLAR:

Reciclar significa volver a usar los materiales ya utilizados (residuos) para que formen parte de nuevos productos similares, con beneficios como estos:

- Disminución del volumen total de los desechos que votan como basura
- Reducción del uso de los recursos naturales: arboles, petróleo, cartón, gas , etc.
- Reducción de la contaminación del suelo por disposición de la basura.

VII. CONCLUSIONES

- Se determina que el proyecto es factible de acuerdo a los indicadores financieros en donde el VAN es \$ **46389,82** indicador ideal para la operacionalización y en donde la TIR (Tasa Interna de Retorno) es **31%** indicador que nos es favorable para su viabilidad.
- La empresa en análisis se encuentra en un entorno por explotar que cada vez será más competitivo donde desarrollar sus actividades comerciales, con la necesidad de consolidar su negocio, con el objetivo de crecer en tamaño y ventas con el fin de conseguir estabilidad.
- Al realizar un detalle de los requerimientos técnicos necesarios para la implementación del área Operativa de una empresa de Catering es necesario realizar una planificación que parta del menú y de este se derive toda la información de recursos humanos, equipamiento, espacios entre otros, conforme a los conceptos técnicos de cada área.
- Es necesario realizar una planificación técnica- profesional de los requisitos de personal y estructurar un IEP (Instrucciones Especiales de Procedimiento) real y acorde cumpliendo todas las necesidades del proyecto para su correcta operación.
- Un proyecto con los procesos planificados, organizados, bien estructurados son entes que preservan el medio ambiente y aportan con un crecimiento, desarrollo y evolución de métodos en beneficio de Ecosistema.

VIII. RECOMENDACIONES

- Se recomienda la implementación del Servicio de Catering en la Ciudad de Riobamba, para brindar una nueva opción a los clientes que buscan nuevas opciones para sus eventos.
- Se recomienda la ejecución secuencial del Plan de Empresa para una mejor estructuración y Conformación organizacional encaminada a cumplir los objetivos propios de la Empresa.
- Se recomienda cumplir con los objetivos empresariales a corto, mediano y largo plazo de manera que a futuro pueda consolidarse y ser reconocida por su servicio de calidad y obtenga reconocimiento Regional y Nacional.
- Se recomienda mantener los presupuestos de a fin de conseguir una estabilidad en los flujos de caja y obtener una estabilidad financiera, y que sus indicadores sean adecuados para la viabilidad del proyecto a largo plazo.

IX. BIBLIOGRAFÍA

1. **Alcaraz, R.** El Emprendedor del Éxito. México: McGraw Hill. 1998. 210p.
2. **Almeida, E.** Culturas Prehispánicas del Ecuador. Quito: Abya- Yala
2000
3. **Gallegos, J.** Diagnóstico de la Economía del Cantón Riobamba: estudio
realizado con el apoyo del CEPESIU, Quito: MAG 2005.
4. **Vásquez, L. Saltos, N.** Ecuador su Realidad.18ª.ed. Quito : Abya – Yala
2010.
5. **Ordoñez, J. Revelo, C.** Chimborazo endemain 2004. Quito CEPAR
2005. 31p
6. **Guerrero, P.** La Cultura: estrategias conceptuales para comprender la
identidad, la diversidad la alteridad y la diferencia. Quito: Abya-
Yala 2002.
7. **Poloni, J.** El mosaico Indígena. Quito: Abya- Yala Instituto Francés de
Estudios Andinos 2006.

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

9. **Duran, C.** El restaurante como empresa. México: Trillas2002.

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

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

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

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

14. **Ecuador: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.** Estadísticas de población económicamente activa. Quito INEC. 2001 [en línea]

<http://redatam.inec.gob.ec>
2012 – 08- 17

15. BANQUETES L`ETIQUETTE

<http://www.zuzaro.com/banquetes>

2012 – 08- 15

16. FOLKLORE “CONCEPTO”

<http://www.jm-producciones.com.ar/>

2012 – 08 - 20

17. FIESTAS TEMÁTICAS

<http://www.innatia.com/s/>

2012 – 06- 17

18. GRUPO BARLOVENTO

<http://www.grupobarlovento.com>

2012 – 07- 25

19. ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

<http://www.organizareventos.com>

2012 – 08- 22

X. ANEXOS

ANEXO 1.

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

OBJETIVO: Conocer las Características Socioeconómica de la población de la ciudad de Riobamba

ENCUESTA

1.- Señale con una X su edad dentro de las escalas

De 35 a 40 años _____ De 41 a 45 años _____ De 46 a 50 años _____

2.- Cual es el nivel de educación culminado:

Primaria _____ Secundaria _____
Superior _____

3.-Cual es el Tipo de empleo en que se encuentra laborando actualmente

Público _____ Privado _____

4.- Actividad económica a la que se dedica

Comerciante _____ Profesor _____ Empresario _____
Otros _____

5.- Ingresos que percibe mensualmente

Mayor a \$ 1000 _____

De \$ 900 a \$ 700 _____

De \$ 700 a \$ 500 _____

De \$ 500 a \$ 300 _____

Menos de doscientos _____

6.- Estabilidad laboral

Fijo _____ Temporal _____

Gracias por tu Colaboración

ANEXO Nº 2

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

OBJETIVO: Conocer la aceptación de la propuesta de creación de una Empresa para Organización de Eventos Temáticos y Catering, Riobamba 2012

1.- ¿Qué tipo de Compromisos Sociales son las que más celebra Usted?

Matrimonios ___ Bautizos___ Cumpleaños___ Despedidas ___
Cenas ___ Graduaciones___

2.- ¿En alguna ocasión asistió a eventos en los que se hicieran cosas que sean diferentes a los compromisos clásicos?

Sí___ No___

3.- ¿Sabe usted lo que es una fiesta temática?

Sí___ No___

4.- ¿Ha asistido alguna vez a una fiesta temática?

Sí___ No___

Si su respuesta es SI, por favor describa el lugar y la temática de la fiesta _____

5.- ¿Le gustaría que en sus eventos se sirvan platos acordes al tema de la celebración?

Sí ___ No _____

¿Porque?_____

6.- ¿Qué tipo de servicios usted desearía de la Empresa de organización de Eventos?

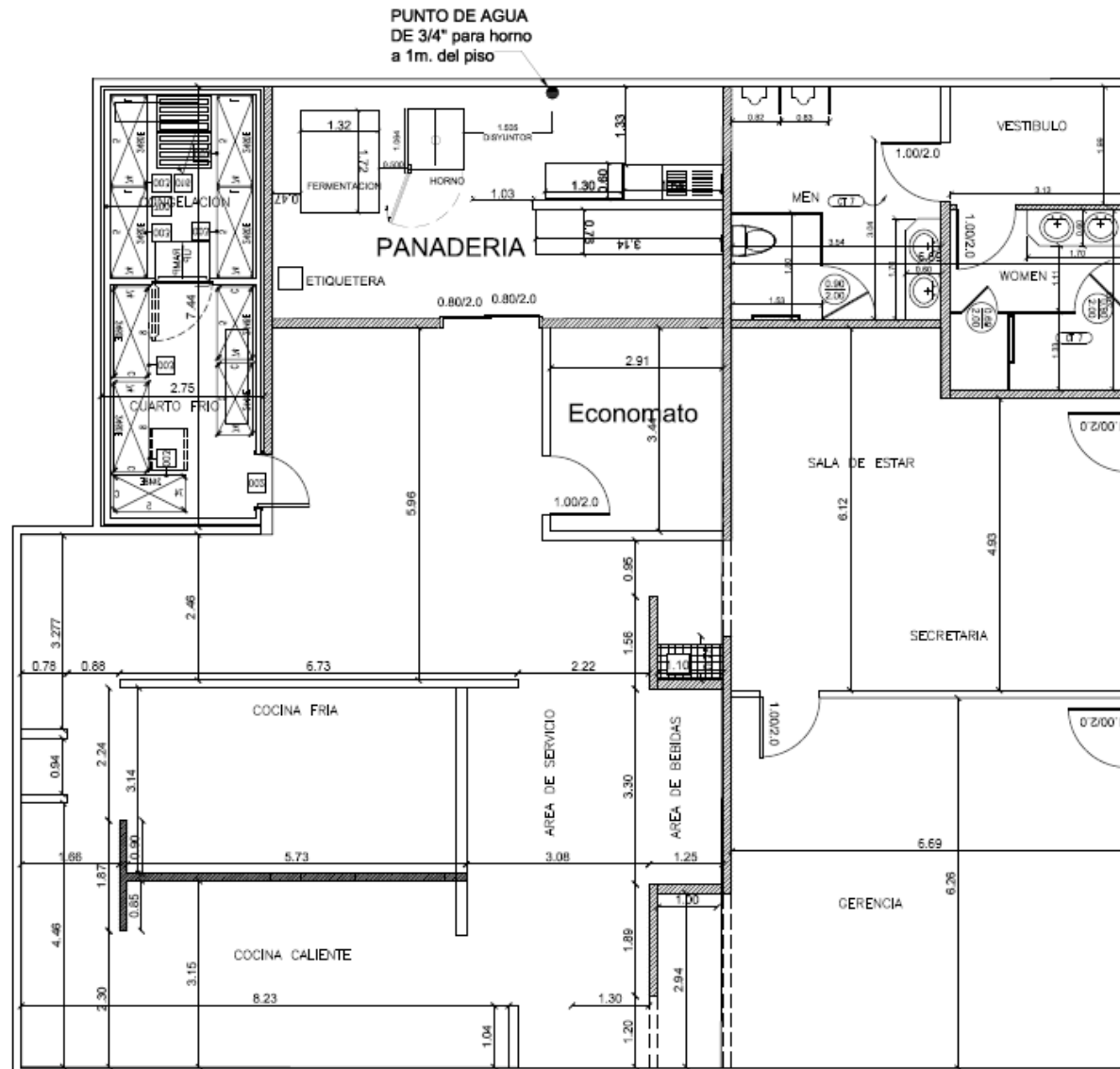
Atención personalizada ___ Menús especializados___

Vestuario y ambientación ___

7.- ¿Conoce de alguna empresa de Organización de eventos que realice eventos de tipo temático?

Sí ___ No _____

Gracias por su colaboración.



ANEXO 4



Hoja Membretada para el Área Administrativa

ANEXO 5

Anverso Tarjeta de Presentación Propietaria Servicio de Catering



Reverso Tarjeta de Presentación Propietaria Servicio de Catering

