



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

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA
EMPRESA DE CATERING Y EVENTOS SIRLOY EN EL CANTÓN
SUCÚA, PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO. 2012”**

TESIS DE GRADO

Previa a la obtención del Título de:

Licenciado en Gestión Gastronómica

Juan Andrés Merchán Luna

RIOBAMBA – ECUADOR
2013

CERTIFICADO

La presente investigación fue revisada y se autoriza su presentación

Ing. Silvia Tapia S.
DIRECTORA DE TESIS

CERTIFICACIÓN

Los miembros de tesis certifican que el trabajo de investigación titulado “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA SIRLOY EN EL CANTÓN SUCÚA, PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO. 2012”; de responsabilidad del señor egresado Juan Andrés Merchán Luna, ha sido revisado y se autoriza su publicación.

Ing. Silvia Tapia S.
DIRECTORA DE TESIS

Dra. Natalia Veloz G
MIEMBRO DE TESIS

Riobamba, 24 Julio del 2013

AGRADECIMIENTO

A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Salud Pública, Escuela de Gastronomía por permitirme ser parte de los profesionales que con mucho esfuerzo y dedicación nos educamos.

A la Ingeniera Silvia Tapia Directora de Tesis, a la Doctora Natalia Veloz miembro de Tesis por brindarme sus conocimientos y experiencia en la dirección de esta investigación.

DEDICATORIA

Agradezco a Dios ante todo por haberme dado sabiduría y conocimiento para terminar una etapa más de mi vida, a mis padres Luis Teodoro Merchán y Flor Elisa Luna por todo el apoyo incondicional en el transcurso de mi carrera, a mis maestros de la Escuela de Gastronomía por todo el conocimiento brindado, a mis compañeros de estudio por todo el apoyo brindado.

Gracias Totales.

RESUMEN

En el cantón Sucúa se propone crear una empresa de “Catering y Eventos Sirloy”, la misma que se dedicará a la organización de eventos sociales y servicio de alimentación y entretenimiento, se propone este tema ya que en el cantón no existe este tipo de empresa.

El estudio de factibilidad se basó en el método de investigación no experimental, a través de técnicas de investigación bibliográficas y de campo, a nivel descriptivo y prospectivo.

El estudio de mercado, que se realizó a la población económicamente activa da como resultado que si es factible la creación de la empresa.

Para una mejor cobertura del servicio ofertado, el estudio técnico determinó una categorización, que va desde la categoría gold con un precio de 21 a 25 dólares hasta la simple de 10 a 14 dólares, y una intermedia platinum de 15 a 20 dólares; cada categoría tiene su propia particularidad de menús, bebidas y servicios complementarios.

La empresa de catering y eventos “Sirloy” tendrá como domicilio la ciudad de Sucúa y se constituirá como una pequeña empresa, con 10 trabajadores ocasionales.

El presupuesto de inversión para la implementación de la empresa se determinó en \$196.603,61 dólares americanos, siendo de este monto el 20% aporte de accionistas y como crédito bancario el 80%.

El tiempo de retorno de la inversión es de 7 años, 4 meses y el Valor Actual Neto es positivo, la Taza Interna de Retorno es del 19.93 %, lo que indica que el proyecto es factible y rentable.

SUMMARY

In the city of Sucúa is it at advised to create a company “Catering y Events Sirloy”, the same that will be dedicated to organize social events, food and entertainment service, this subject is proposed because there is not a company of this kind in the city.

The feasibility study was based on a non – experimental research method, through bibliographic and field research techniques on the descriptive and prospective level.

The study market, which was conducted into the economically active community resulted in feasible for this company.

For a best coverage of the service offered, the technical study determined a categorization from gold category at a price of US\$ 20 – 25, to simple US \$ 10 – 14 and an intermediate platinum US \$ 15 – 20. Each category has its own particularity of menus, drinks and complementary services.

The catering and events company “Sirloy” will have Sucúa city as address and will be established as a small company with ten casual workers.

The investment budget for the implementation of the company was determined at US \$ 196,603.61, being from this amount: 20% a contribution as shareholders and 80% from a bank loan.

The time for the investment payback is 7 years and four months at the Net Present Value is positive, the Internal Rate of Return is 19,93%, which indicates that the project is feasible and profitable.

ÍNDICE

	Pag.
I. INTRODUCCIÓN	1
II. OBJETIVOS	3
A. General:	3
B. Específicos	3
III. MARCO TEÓRICO	4
A. Descripción biofísica, demográfica, socio – económica y turística del cantón Sucúa, provincia de Morona Santiago	4
a. Historia	4
b. Ubicación y límites	5
c. Superficie	6
d. Atributos biofísicos	7
4.1. Clima y temperatura	7
4.2. Ecosistemas del cantón	7
4.3. Fauna	8
4.4. Flora	9
e. Atributos demográficos	9
5.1. División política administrativa	9
5.2. Población por sexo	10
5.3. Población urbana rural	11
5.4. Proyección de la población	11
f. Atributos Socio – Económicos	12
6.1. Población económicamente activa	12
6.2. Establecimientos económicos	13
6.3. Vías de comunicación	14
g. Atributos culturales y turísticos	14
7.1. Expresiones culturales	14
7.2. Atractivos turísticos	15
7.3. Gastronomía	16
B. Marco Teórico Conceptual	17
1. Empresa	18
1.1. Definiciones	18
1.2. Clasificación	18
1.3. Características de una empresa	20

1.4. Objetivos principales	20
1.5. Elementos que componen una empresa	21
1.6. Organización de una empresa	22
1.7. Recursos utilizados en una empresa	23
2. Catering	25
2.1. Definiciones	25
2.2. Utilidad	26
2.3. Tipos de catering	26
3. Eventos	28
3.1. Definiciones	28
3.2. Clasificación de los eventos	29
4. Cálculos de alimentos y bebidas para un evento	32
4.1. Cálculo de alimentos	32
4.2. Cálculo de bebidas	33
5. Organización de las mesas	33
5.1. Montaje de salones y montaje de mesa formal	35
6. Tipos de eventos	40
6.1. Servicio americano	40
6.2. Servicio Francés	41
6.3. Servicio inglés	41
6.4. Servicio a la rusa o gueridon	42
6.5. El buffet	42
7. Brigada del comedor	42
7.1. Brigada europea	42
7.2. Brigada americana	43
8. Etiqueta	43
8.1. Principios básicos del protocolo y etiqueta empresarial	44
9. Estudio de viabilidad económico – financiera	46
9.1. Definición	46
9.2. Composición del plan de viabilidad	46
10. Plan de empresa	47
10.1. Esquema posible de un Plan de Empresa	48
11. Impacto ambiental	51
IV. METODOLOGÍA	53
A. Localización Y Temporalización	53
B. Tipo y Diseño de la Investigación	53
C. Variables	54

1. Identificación de variables	54
2. Definiciones	54
2.1. Características socio – demográficas	54
2.2. Estudio de mercado	55
3. Operacionalización de las variables	55
D. Población y muestra	56
1. Población	56
2. Población futura	56
3. Muestra	57
4. Fracción muestral	58
5. Grupo objetivo de estudio	58
E. Descripción de procedimientos	59
1. Investigación de mercado	59
1.1. Aplicación de encuestas	59
1.2. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	59
1.3. Técnicas de procedimientos y análisis de datos	60
2. Diseño del plan de empresas	61
2.1. Aspectos técnicos	61
2.2. Aspectos jurídicos – mercantiles	61
2.3. Estrategias de marketing	61
2.4. Gestión del talento humano	62
2.5. Aspectos económicos – financieros	62
2.6. Aspectos ambientales	62

V. RESULTADOS Y DISCUSIÓN **63**

A. Análisis de resultados	63
1. Presentación, Tabulación y Análisis de los datos obtenidos de la Investigación de Mercado y Marketing	63
2. Discusión de resultados	75
B. Conclusiones y recomendaciones	77

VI. PLAN DE EMPRESA	79
A. Objetivos del plan de empresa	79
B. Estudio de mercado	79
1. Demanda	79
1.1. Demanda actual	79
1.2. Demanda futura	81
2. Oferta	82
2.1. Oferta actual	82
2.2. Análisis de la oferta	82
C. Estudio técnico	84
1. Tamaño de la empresa	84
2. Localización del proyecto	84
2.1. Macro localización	84
2.2. Micro localización	85
2.3. Plano de la micro localización	88
3. Organización de la empresa	89
3.1. Nombre y razón social	89
3.2. Titularidad de la empresa	92
3.3. Requisitos para el funcionamiento de la empresa	92
3.4. Descripción de la empresa	94
4. Ingeniería del servicio	94
4.1. Descripción del servicio	94
4.2. Especificaciones técnicas	97
4.3. Clientes	98
4.4. Proveedores	102
4.5. Canales de distribución	103
4.6. Estrategias de comunicación	104
4.7. Flujogramas de procesos	106
4.8. Plan de acción estratégica	110
5. Distribución de la planta	116
5.1. Área del proyecto	116
5.2. Ficha técnica de construcción	118

6. Requerimientos del proyecto	119
7. Organización del talento humano	119
7.1. Organigrama estructural	120
7.2. Orgánico posicional	121
7.3. Orgánico funcional	122
7.4. Descripción de funciones	123
8. Viabilidad financiera	133
Activos corrientes y no corrientes	133
Inversión del proyecto	137
Financiamiento	139
Préstamo bancario	139
Amortización	140
Depreciación Método Lineal	140
Depreciaciones anuales	141
Depreciación de Diferidos	141
Sueldos	142
Materia prima	143
Servicios básicos	143
Publicidad	143
Costos	144
Ingresos	145
Análisis Costo – Beneficio	146
Flujo de caja	147
TIR / VAN	149
VII. ASPECTOS AMBIENTALES	150
a. IMPACTO AMBIENTAL GENERADO EN EL PROYECTO	
VIII. CONCLUSIONES	152
IX. REOMENDACIONES	152
X. RESUMEN	
SUMMARY	
XI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	154
XII. ANEXOS	156

ÍNDICE DE FIGURAS

		Pag.
No. 1	Mapa de ubicación	6
No. 2	División Política del cantón	10
No. 3	Mapa de la ciudad de Sucúa	85
No. 4	Plano de la construcción	112

ÍNDICE DE GRÁFICOS

		Pag.
No. 1	Forma de organización del evento	64
No. 2	Profesionales para organización de eventos	65
No. 3	Necesidad de ayuda profesional	66
No. 4	Importancia de creación de una empresa de eventos	67
No. 5	Preferencias del cliente	68
No. 6	Preferencias en el servicio de catering	69
No. 7	Evento para asesoramiento	70
No. 8	Frecuencia de asistencia a eventos	72
No. 9	Presupuesto para gasto	73
No. 10	Lugar de servicio	74
No. 11	Croquis de ubicación de la empresa	89
No. 12	Diagrama de flujo - recepción de pedidos	102
No. 13	Diagrama de flujo - organización interna del servicio	103
No. 14	Diagrama de flujo - prestación del servicio de catering y organización de eventos	104

ÍNDICE DE CUADROS

		Pag.
No. 1	Datos de superficie del cantón y sus parroquias	6
No. 2	Población por sexo	11
No. 3	Población urbana - rural	11
No. 4	Proyección de la población al año 2030	12
No. 5	PEA por rama de actividad	12
No. 6	Establecimientos económicos	13

No. 7	Tabla de cálculo para bebidas	33
No. 8	Variables	55
No. 9	Cálculo de la población futura	57
No. 10	Forma de organización del evento	64
No. 11	Profesionales para organización de eventos	65
No. 12	Necesidad de ayuda profesional	66
No. 13	Importancia de creación de una empresa de eventos	67
No. 14	Preferencias del cliente	68
No. 15	Preferencias en el servicio de catering	69
No. 16	Evento para asesoramiento	70
No. 17	Frecuencia de asistencia a eventos	71
No. 18	Presupuesto para gasto	72
No. 19	Lugar de servicio	74
No. 20	Importancia de creación de una empresa de eventos	80
No. 21	Demanda futura	81
No. 22	Frecuencia de asistencia a eventos	83
No. 23	Presupuesto para gasto persona/evento	83
No. 24	Presupuesto por categoría de servicio	98
No. 25	Proveedores	101
No. 26	Activos Corrientes y No Corrientes	128
No. 27	Inversión del proyecto	132
No. 28	Financiamiento	133
No. 29	Préstamo bancario	134
No. 30	Amortización	134
No. 31	Depreciación Método Lineal	135
No. 32	Depreciaciones anuales	135
No. 33	Depreciación de Diferidos	136
No. 34	Sueldos	137
No. 35	Materia prima	138
No. 36	Servicios básicos	138
No. 37	Publicidad	138
No. 38	Costos	139
No. 39	Ingresos	140
No. 40	Análisis Costo - Beneficio	141
No. 41	Flujo de Caja	142

I. INTRODUCCIÓN

El cantón Sucúa actualmente se caracteriza por un marcado crecimiento tanto de su población como de las exigencias que la misma tiene en cuanto a la demanda de servicios y productos que les permita simplificar su acelerado ritmo de vida y sobre todo mantener el estatus y respeto de la sociedad, sin perder de su óptica las tendencias modernas y de calidad en cuanto a la realización de eventos sociales, empresariales, deportivos, familiares, en fin.

Por lo tanto, considerando estos antecedentes, se ha planteado la ejecución de un estudio de factibilidad dentro del cantón Sucúa, con la finalidad de crear una empresa de catering y eventos, cuyo principal componentes es la oferta de comida y bebidas, así como la planificación, montaje y ejecución de diversos eventos, basados en criterios de calidad, efectividad, eficacia y precios accesibles.

El estudio de factibilidad se basó en el muestreo, con encuestas de preguntas cerradas, en donde se pudo establecer las tendencias de consumo y preferencias que el cliente posee a través de la respectiva recopilación, tabulación y análisis de los datos obtenidos en las encuestas realizadas.

En base a los datos obtenidos mediante la investigación de método no experimental y de campo, se logró diseñar un plan de la empresa óptimo, considerando aspectos importantes como la localización de la empresa, su

tamaño, el análisis económico – financiero, la organización de procesos, y otros componentes que sustentan la creación de la empresa en el cantón Sucúa.

La investigación bibliográfica se realizó a través de la recolección y análisis de fuentes bibliográficas, ya sea en libros, internet, o revistas, nos permitió establecer las referencias que sustentaron la efectividad del proyecto.

II. OBJETIVOS

A. General:

Desarrollar el estudio de factibilidad para la creación de la Empresa de Catering y Eventos “Sirloy”, en la ciudad de Sucúa, provincia de Morona Santiago.

B. Específicos:

- Realizar un análisis de las características socio-demográficas de los habitantes.
- Desarrollar el estudio de mercado para establecer la oferta y demanda de la zona.
- Diseñar el plan de empresa para identificar las características de la misma.
- Establecer la viabilidad económica financiera de la empresa.

III. MARCO TEÓRICO

C. Descripción biofísica, demográfica, socio – económica y turística del cantón Sucúa, provincia de Morona Santiago

1. Historia

Desde tiempos inmemorables, esta tierra se caracteriza por la diversidad y riqueza de sus recursos naturales, y debido a que en esta zona predominada plantas de ortiga, que en el idioma shuar (pueblo milenario amazónico) la denominaban “suku”, vocablo idiomático del cual se origina el nombre Sucúa, impuesto posteriormente por los primeros colonos que llegaron a este rincón amazónico.

En 1914 Pastor Benedicto Bernal, desde Sevilla de Oro, llega a un inmenso valle donde hoy se asienta la ciudad de Sucúa, Se convirtió así en el primer colono. A partir de esa fecha fueron llegando, de diferentes lugares del país, muchos colonos, Emigrar al oriente se convirtió en la ilusión más deseada de este entonces por la posibilidad de mejorar la condición económica de las familias.

Durante la administración del Dr. Carlos Alberto Arroyo del Río, Presidente Constitucional de la República, mediante decreto ejecutivo a través del Registro Oficial N° 275 con fecha 29 de julio de 1941, se decreta elevar a Sucúa a categoría de Parroquia Rural.

El 8 de diciembre de 1962 mediante decreto ejecutivo N° 326 publicado en el Registro Oficial, en el que se establece a Sucúa como nuevo cantón de la provincia de Morona Santiago, Integrada por las parroquias de Yaupi, Huambi, Asunción y Logroño (actual cantón Logroño). Se constituye la primera Junta Cantonal, encabezada por el señor Raúl Delgado

2. Ubicación y límites

El cantón Sucúa está localizado en la parte central de la provincia de Morona Santiago, geográficamente entre los puntos 2° 18' 42" S, 78° 35' 21" W, hasta 2° 37' 08" S, 78° 00' 04" W. (Ver figura N° 1. de ubicación)¹.

El Cantón Sucúa se encuentra dentro de las siguientes delimitaciones naturales:

- al Norte: Río Arapicos y Yawientza,
- al Sur la confluencia del Río Tutanangoza y Upano,
- al Este las estribaciones de la cordillera oriental de los Andes, la zona comprende un angosto Valle plano circundado al este, y
- al Oeste por elevaciones montañosas que modifican el Valle.

Las ciudades más cercanas son: A 21 Km. al norte se encuentra la Ciudad de Macas Capital de la Provincia, a 16 Km. hacia el Sur está ubicado el Cantón Logroño.

¹Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Sucúa, 2012

Figura N°1: Mapa de ubicación



Fuente: Gobierno Municipal de cantón Sucúa, INEC, TNC, PROMAS
 Elaborado por: Equipo Técnico GMCS-PDOT

3. Superficie

El cantón Sucúa tiene una superficie de 1,284.48 Km² que representa el 5.32% del total de la superficie de la provincia de Morona Santiago; está conformado por la cabecera parroquial de Sucúa y por las parroquias rurales de Huambi, Santa Marianita de Jesús y Asunción. (Ver cuadro 1. del cantón y sus parroquias).

Cuadro N° 1: Datos de superficie del cantón y sus parroquias

CANTÓN	PARROQUIAS	ÁREA KM ²	PORCENTAJE
Sucúa	Sucúa	822,54	64,04 %
	Huambi	214,82	16,72 %
	Sta. Marianita	58,38	4,54 %
	Asunción	188,74	14,69 %
	TOTAL	1284,48	100,00 %

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Sucúa, 2012
 Elaborado por: Juan Andrés Merchán Luna

4. Atributos biofísicos

4.1. Clima y temperatura

Temperaturas cercanas a los 25° C y precipitación de 3000-6000 mm. La distribución de las lluvias es muy regular a lo largo del año a excepción de una débil recesión entre diciembre y febrero. La humedad relativa es del 90 % y el cielo está muchas veces nublado.

Por las características topográficas del terreno en el cantón Sucúa tenemos una variabilidad en cuanto a la temperatura media anual que van desde los 4° C en la zona alta, y donde existen asentamiento humanos como las cabeceras parroquiales y comunidades las temperaturas oscilan entre 16-24 °C, llegando hasta los 26 grados en la zona baja del Valle del Upano

4.2. Ecosistemas del cantón

El cantón Sucúa desde el punto de vista ambiental presenta características interesantes, tiene cerca del 60% de su territorio en dos áreas protegidas, el Parque Nacional Sangay y el Bosque Protector Cutucú. Estas áreas son consideradas de alta diversidad biológica por lo que potencialmente el cantón tiene áreas importantes para su conservación y manejo. Los principales problemas del cantón se encuentran en la acelerada deforestación causada por prácticas tanto ganaderas como forestales y la contaminación tanto de ríos como

del suelo. Además, existe la amenaza a la vida silvestre debido a prácticas de cacería y pesca furtivas.

La Región Amazónica es considerada como una de las zonas de mayor biodiversidad del país. En pocos km² de superficie es posible encontrar el más alto número de especies animales y vegetales. El clima del cantón influye directamente en la vegetación de la región y por ello se caracteriza por la exuberancia vegetativa y gran variedad de animales silvestres.

Las potencialidades del cantón están en sus recursos naturales, tanto desde la perspectiva de su uso para la producción agrícola y formas alternativas como de los paisajes naturales que posee para el turismo.

4.3. Fauna

Dentro de la fauna silvestre se tienen especies que se van extinguiendo debido a la caza de que son objeto y a la inexistencia de un control que salvaguarde a estas especies que conforman el ecosistema de la región. Como ejemplares de esta fauna silvestre encontramos: guatusas, dantas, monos, saínos, reptiles, insectos y diversidad de aves. Sin embargo, una agresiva colonización debido a políticas estatales mal llevadas, han incidido en un alto índice de deforestación para la siembra de pastizales, lo que ha alterado un medio ambiente de delicado equilibrio. Este aspecto le ha situado en el primer nivel para su estudio, monitoreo e investigación.

El Cantón Sucúa, ubicado en la hoya Amazónica, goza de los privilegios de flora y fauna de alta diversidad. Entre la fauna característica de la zona podemos encontrar: Murciélago frutero, Tigrillo Chico, Sahino, Cusumbo, Guanta, Pava de monte, Gavilán, Loro, Lechuza, Rana, Danta, Guatusa, entre otros

4.4. Flora

En general la composición florística es una mezcla de especies de tierras bajas y montañas, lo que ha permitido la presencia de alrededor de 206 especies endémicas distribuidas en 28 familias, la familia Orchidaceae es la más representativa con 88 especies, seguida por la Bromeliaceae con 18 y la Melastomataceae con 11.

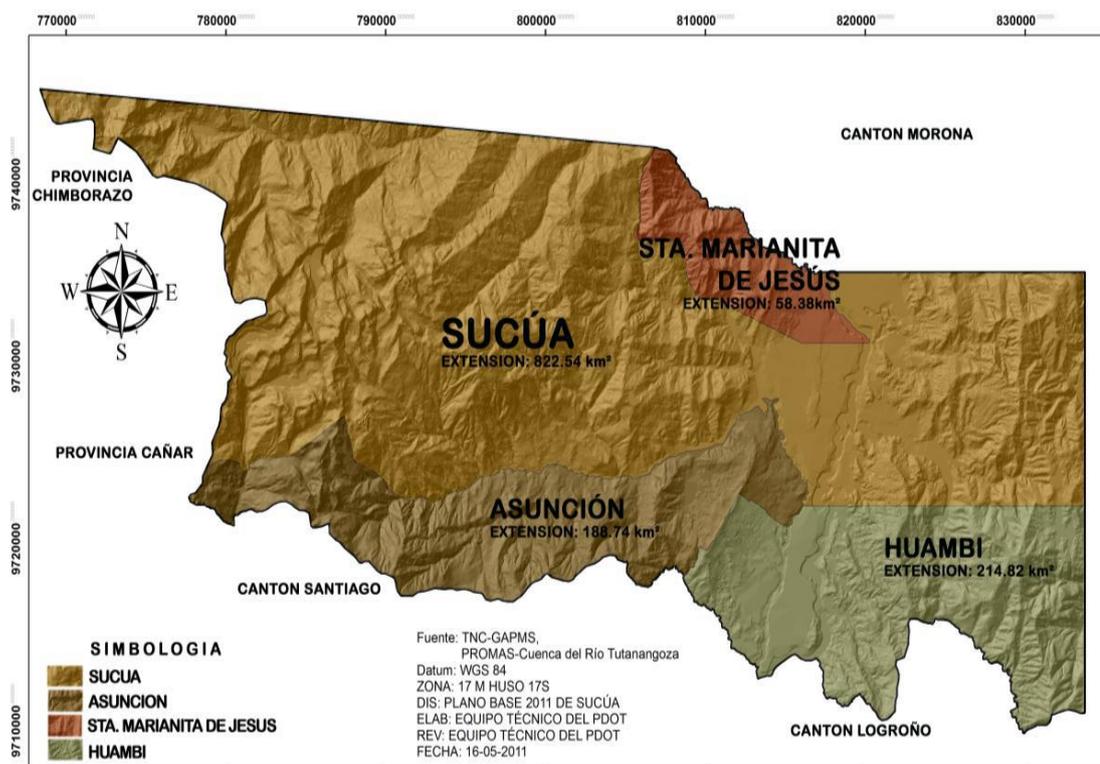
Así mismo podemos citar algunas especies importantes: *Stenandrium harlingii* (VU), *Ceroxylon amazonicum* (en), *Begonia valvata* (en), *Aechmea aculeatospela* (vu), *Aechmea biflora* (vu), *Aechmea kentii* (en), *Guzmania andreatae* (vu), *Guzmania antrocastanea* (vu), *Guzmania henniaae* (en), *Guzmania madisonii* (vu), *Tallandsia rhodosticta* (vu), *Vriesea limonensis* (vu), *Ceratostema pedunculatum* (vu), *Disterigma leucanthum* (en), *Swartzia aureosericea* (en).

5. Atributos demográficos

5.1. División política administrativa

El cantón Sucúa, políticamente está dividido en 4 parroquias: Sucúa, Huambi, Santa Marianita de Jesús y Asunción, siendo la cabecera cantonal la ciudad de Sucúa; además está conformada por 45 comunidades o centros poblados, 8 barrios suburbanos y 14 barrios urbanos.

Figura N°2: División Política del cantón



Fuente: Departamento de Avalúos y Catastros, 2012
Elaborado por: Equipo técnico GMCS – PDOT

5.2. Población por sexo

La distribución de la población por sexos se nota un predominio de población femenina. Hay varias causales de explicación, una de las cuales puede ser la existencia de una emigración selectiva de hombres. Según el censo del año 2010 del total de población: 18.318 habitantes, 9.346 son mujeres, y 8.972 son hombres. Solo en la cabecera cantonal en el área urbana, de un total de 12.619 habitantes: 6.445 son mujeres, y 6.174 son hombres, con una significativa mayoría mujeres.

Cuadro N° 2: Población por sexo

PARROQUIA	MUJERES	HOMBRES	TOTAL
Sucúa	6.445	6.174	12.619
Asunción	978	444	905
Huambi	1.462	925	1903
Santa Marianita	461	1429	2891
TOTAL	9.346	8.972	18.318

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Sucúa, 2012
Elaborado por: Juan Andrés Merchán Luna

5.3. Población urbana rural

El 42,60 % de la población total conforman la población urbana, y el 57,40% restante de población está disperso en el resto de comunidades del área rural del cantón, según detalle en el cuadro siguiente:

Cuadro N° 3: Población urbana - rural

PARROQUIA	CABECERAS PARROQUIALES URBANAS	ÁREA RURAL	TOTAL
Sucúa	7.805	4.814	12.619
Asunción		1.903	1.903
Huambi		2.891	2.891
Santa Marianita		905	905
TOTAL	7.805	10.513	18.318

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Sucúa, 2012
 Elaborado por: Juan Andrés Merchán Luna

5.4. Proyección de la población

El crecimiento poblacional tiende a mantenerse hacia el sector urbano de acuerdo a la proyección realizada²

Cuadro N° 4: Proyección de la población al año 2030

PROYECCIÓN DE POBLACIÓN HASTA 2030							
AÑO	SUCÚA	HUAMBI	STA. MARIANITA	ASUNCIÓN	ZONA	TOTAL	CANTONAL
2010	7805	1171	351	610	URBANA	9937	18318
	4814	1720	554	1293	RURAL	8381	
2015	8586	1288	396	392	URBANA	10662	20111
	5315	2257	592	1285	RURAL	9449	
2020	9445	1417	436	431	URBANA	11729	22124
	5847	2483	651	1414	RURAL	10395	
2025	10390	1695	480	474	URBANA	13039	24473
	6432	2731	716	1555	RURAL	11434	
2030	11429	1865	528	521	URBANA	14343	26921
	7075	3004	788	1711	RURAL	12578	

Fuente: Datos del INEC, Proyección del censo 2010
 Elaborado por: Equipo técnico GMCS – PDOT

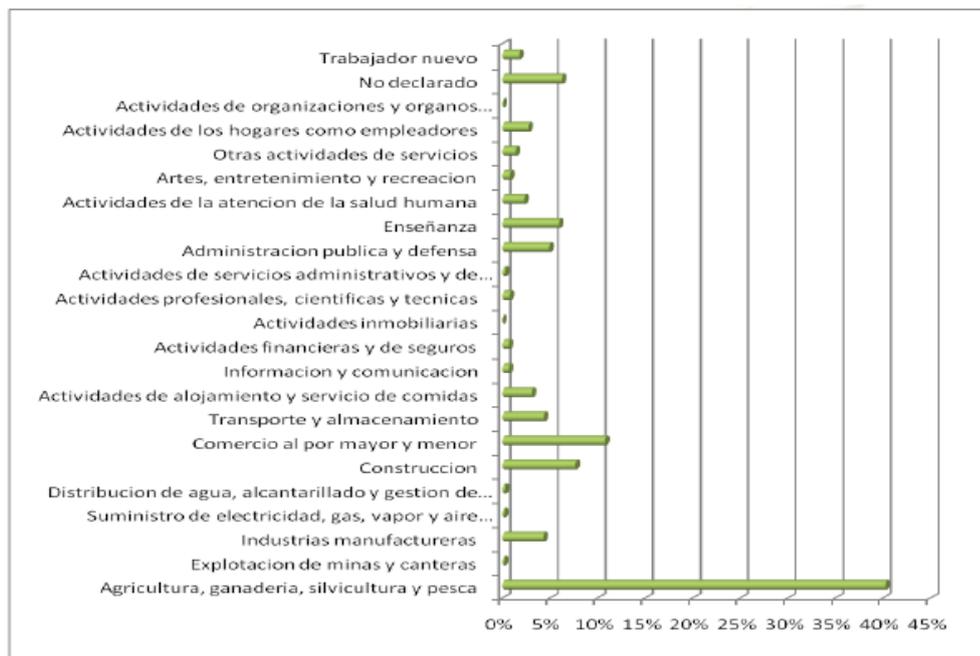
²Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Sucúa, 2012

6. Atributos Socio – Económicos

6.1. Población económicamente activa

Según los datos obtenidos en el censo económico y poblacional realizado en el año 2010, la PEA de la ciudad es de 4.760 habitantes.

Cuadro N° 5: PEA por rama de actividad



Fuente: Datos del INEC, Proyección del censo 2010

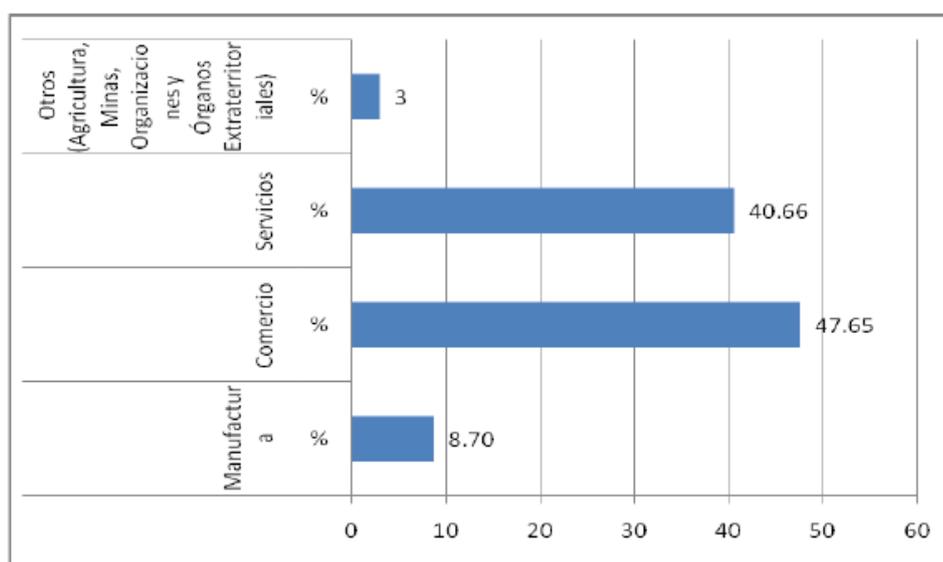
Elaborado por: Equipo técnico GMCS – PDOT

Según el gráfico N° 5, podemos diferenciar claramente que las actividades como la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca constituye una de las actividades más relevantes a nivel cantonal con el 40.28%, el comercio al por mayor y menor con 10.78% y otras actividades como la construcción con 7.69%, y en menor escala otras como la enseñanza, administración pública, transporte y almacenamiento.

6.2. Establecimientos económicos

En el cantón Sucúa existen 701 establecimientos económicos de los cuales el 47.65% están dentro del sector de comercio, el 40.66% a establecimientos que prestan servicios, el 8.7% a manufactura, y 3% pertenece a Otros, dentro de los cuales tenemos la agricultura, minas, organizaciones y órganos extraterritoriales.

Cuadro N° 6: Establecimientos económicos



Fuente: Datos del INEC, Proyección del censo 2010
Elaborado por: Equipo técnico GMCS – PDOT

6.3. Vías de comunicación

Una vía de comunicación de gran importancia para el cantón, lo representa el ramal occidental de la Transversal Austral (E40) que cruza la Cordillera Oriental de los Andes en dirección oriental y nororiental a través del cañón del río Paute hasta llegar a la localidad de Bella Unión ubicada en el valle entre la Cordillera

Oriental de los Andes y la Cordillera del Cóndor. En esta localidad, la Transversal Austral (E40) intercepta a la Troncal Amazónica (E45).

Las principales vías de acceso al Cantón son:

- Quito –Baños-Puyo-Macas–Sucúa.
- Cuenca-Paute-Guarumales-Méndez-Sucúa
- Cuenca-Gualaceo-Plan de milagro-Limón-Sucúa
- Guayaquil-Cuenca-Sucúa
- Guayaquil-Riobamba-Macas-Sucúa
- Loja-Zamora-Gualaquiza-Plan De Milagro-Limón-Sucúa

7. Atributos culturales y turísticos

7.1. Expresiones culturales

Dentro del cantón Sucúa se puede destacar algunas expresiones artísticas-culturales; dentro de las manifestaciones escénicas se cuenta con la danza y como expresiones musicales, Sucúa ha sido la plataforma para algunos grupos y músicos, destacando así a solistas, grupos de bandas de rock, grupos de cumbia entre otros.

Dentro de las festividades más importantes que se festejan dentro del cantón Sucúa, se puede mencionar la celebración de las fiestas de aniversario y del carnaval, donde a través de varios eventos culturales, artísticos y alegóricos se conmemoran estas fechas importantes.

El rescate de la tradiciones autóctonas del pueblo shuar esta también un referente importante dentro de las expresiones culturales del cantón, ya que en los últimos años se ha institucionalizado la “Fiesta de la Chonta” o el “Uwi Nijiamtamu”, como iniciativa de revalorización que se realiza en el mes de mayo con la participación de la comunidad shuar e hispana.

7.2. Atractivos turísticos

Sucúa, es considerado como el “paraíso de la Amazonía” en honor a la gran diversidad de recursos naturales y atractivos turísticos, que conjugan para darle a esa categoría.

Dentro de los principales escenarios naturales con un gran potencial turístico, se puede mencionar:

- Playas del río Upano
- Playa del río Tutanangoza
- Cascadas de Ninkia Panki
- Mirado de Sera
- Parque Botánico
- Parque Nacional Sangay
- Piedra del Mono
- Aguas termales de Cumbatza
- Cascadas de Cumbatza

7.3. Gastronomía

Sucúa, se caracteriza por la fusión de culturas y sabores, debido a que la mayoría de la población colona ha migrado desde las provincias de Cañar y

Azuay trayendo todas sus costumbres culinarias y al combinarlas con la gastronomía nativa, se ha dado como resultado una exquisita gama de platos para el deleite de propios y extraños.

Entre las comidas extravagantes se podrá degustar a las hormigas limón, las cuales se las comen vivas y efectivamente tiene un fuerte sabor a limón; también tenemos a disposición los chonta curos o gusanos de las palmas, que son larvas de escarabajo con delicioso sabor a coco; estas larvas son fritas en su propia grasa.

Como bebida tradicional esta la chicha de yuca y de chonta que se prepara de la siguiente forma: Lo primero es pelar la yuca y cocerla hasta que esté blanda. Cuando está lista se la aplasta en una batea hasta desmenuzarla bien. En un recipiente separado se ralla el camote con agua. Luego se mezcla la yuca y el camote con el mismo líquido que se cocinó. Se deja fermentar durante 24 horas por lo menos. La chicha máximo se puede beber hasta con cinco días de fermentación, luego de este tiempo es demasiado fuerte. La chicha de chonta y de yuca es la bebida que acompaña a la gran variedad de comidas.

En la mayoría de los platos típicos se encuentran una gran variedad de peces como el Peiche, Bocachico, Bagre y Piraña, sobresaliendo el consumo de la tilapia y la carachama preparados en forma de ayampaco.

El ayampaco se prepara de la siguiente manera: Se limpia y se lava el pescado con limón y sal se adoba o aliña con sal, mostaza y ajo. Dejar macerar mínimo media hora, aparte se refría la cebolla blanca con el achiote y luego se

colora el palmito picado Sobre la hoja de bijao o platanillo poner una capa del refrito y colocar el pescado. Luego se rellena con el mismo refrito sobre y dentro del pescado. Finalmente se envuelve en la hoja y se lo cierra con una piola y se lo coloca a la brasa durante cinco minutos de cada lado acompañado con abundante yuca y plátano. Principales platos típicos del cantón Sucúa:

- *Ayampaco*: Este exquisito plato se lo puede preparar con pollo, carne de res, pescado y viseras de chanco, lo cual va acompañado de yuca, plátano, papachina y ensalada.
- *Buñuelos de yuca*: Uno de los platos típicos que lleva yuca, queso, huevos, mantequilla, manteca de chanco, sal, azúcar y miel y no podría faltar se lo acompaña con miel de caña.
- *Tilapia*: Un palto muy conocido, que se lo prepara con el exquisito pescado criado en la zona y se lo acompaña de arroz, yuca, plátano, limón y una deliciosa ensalada.

D. Marco teórico conceptual

Partiendo del argumento de que el marco teórico es un proceso de investigación y sostenibilidad del tema de estudio a través de la información bibliográfica, en este paso se realiza el tratamiento conceptual del tema, de una manera sistemática y coherente.

1. Empresa

1.1. Definiciones

Es un sistema dentro del cual una persona o grupo de personas desarrollan un conjunto de actividades encaminadas a la producción y/o distribución de bienes y/o servicios, enmarcado un determinado objetivo, que puede ser el lucro o la atención de una necesidad social.

La empresa, se concibe como una organización que combina elementos o recursos fundamentales, como por ejemplo, el ser humano, implementos técnicos, materias primas, para hacer real una idea de negocio, que tenga la finalidad de obtener beneficios, generar utilidades, aportar soluciones y contribuir al bien común.

1.2. Clasificación:

1.2.1. Según la actividad económica que desarrolla:

- *Del sector primario*, es decir, que crea la utilidad de los bienes al obtener los recursos de la naturaleza (agrícolas, ganaderas, pesqueras, mineras, etc.).
- *Del sector secundario*, que centra su actividad productiva al transformar físicamente unos bienes en otros más útiles para su uso. En este grupo se encuentran las empresas industriales y de construcción.

- *Del sector terciario (servicios y comercio)*, con actividades de diversa naturaleza, como comerciales, transporte, turismo, asesoría, etc.

1.2.2. Según la forma jurídica

- *Empresas individuales*: Si solo pertenece a una persona. Esta responde frente a terceros con todos sus bienes, tiene responsabilidad ilimitada.
- *Empresas societarias o sociedades*: Generalmente constituidas por varias personas.

1.2.3. Según su tamaño

- *Microempresa*: si posee menos de 10 trabajadores.
- *Pequeña empresa*: si tiene menos de 50 trabajadores.
- *Mediana empresa*: si tiene un número entre 50 y 250 trabajadores.
- *Gran empresa*: si posee más de 250 trabajadores.

1.2.4. Según el ámbito de operación

- Empresas locales
- Empresas regionales
- Empresas nacionales
- Empresas multinacionales

1.2.5. Según la composición del capital

- *Empresa privada*: si el capital está en manos de particulares
- *Empresa pública*: si el capital y el control está en manos del Estado

- *Empresa mixta*: si la propiedad es compartida
- *Empresa de autogestión*: si el capital está en manos de los trabajadores (1).

1.3. Características de una empresa

- Constituyen la unidad económica fundamental para el desarrollo de la humanidad.
- Son entes productores de fuentes de trabajo.
- Son Organismos capaces de satisfacer las necesidades colectivas mediante la producción de bienes y servicios.
- Es una combinación de capital y trabajo.

1.4. Objetivos principales de una empresa

1.4.1. Económicos: tendientes a lograr beneficios monetarios

- Cumplir con los intereses monetarios de los inversionistas al retribuirlos con dividendos justos.
- Cubrir los pagos a acreedores por intereses sobre préstamos concedidos.
- Mantener el capital a valor presente.
- Obtener beneficios arriba de los intereses bancarios para repartir utilidades a inversionistas.
- Reinvertir en el crecimiento de la empresa.

1.4.2. Sociales: Aquellos que contribuyen al bienestar de la comunidad

- Satisfacer las necesidades de los consumidores con bienes o servicios de calidad.
- Incrementar el bienestar socioeconómico de una región al consumir materias primas y servicios; y al crear fuentes de trabajo.
- Cubrir, mediante organismos públicos o privados, seguridad social.
- Contribuir al sostenimiento de los servicios públicos mediante al pago de impuestos.
- Mejorar y conservar la ecología de la región, evitando la contaminación ambiental.
- Producir productos y bienes que no sean nocivos al bienestar de la comunidad.

1.4.3. Técnicos: dirigidos a la optimización de la tecnología

- Utilizar los conocimientos más recientes y las aplicaciones tecnológicas más modernas en las diversas áreas de la empresa, para contribuir al logro de sus objetivos.
- Propiciar la investigación y mejoramiento de técnicas actuales para la creación de tecnología nacional.
- Investigar las necesidades del mercado para crear productos y servicios competitivos.

1.5. Elementos que componen una empresa

1.5.1. Factores Activos:

Estas personas se convierten en accionistas de la empresa aportando al capital (sea puramente monetario, o intelectual, patentes, etc.). Participan, en sentido amplio, en el desarrollo de la empresa:

- Administradores.
- Clientes.
- Colaboradores y compañeros.
- Fuentes financieras.
- Accionistas.
- Suministradores y proveedores.
- Trabajadores.

1.5.2. Factores pasivos:

Todos los que son usados por los elementos activos y ayudan a conseguir los objetivos de la empresa. Como la tecnología, las materias primas utilizadas, los contratos financieros de los que dispone, etc.

1.6. Organización de una empresa

Cualquier empresa tiene organizados sus recursos de una determinada manera; el problema consiste en saber si esa organización es la más eficiente, es decir, la que nos lleva a alcanzar los objetivos propuestos con el mínimo coste posible, ya que una buena organización, adecuada a la empresa, es capaz de multiplicar varias veces la capacidad productiva.

Organizar consiste en definir el diseño y el mantenimiento de un sistema de funcionamiento basado en la determinación de los roles que debe desempeñar cada persona integrante de la compañía, así como las relaciones de todo tipo que se establecen entre ellas.

Organizar también supone crear una estructura, una unidad formada por partes o componentes, distintos unos de otros, esa unidad es la empresa, las partes o divisiones son las áreas diferentes de la empresa, con objetivos propios de cada una, que al lograrse, la suma de todos esos objetivos parciales dé como resultado el logro de los objetivos generales.

En consecuencia la organización, dentro de la empresa, ha de concretar las siguientes tareas:

- Dividir el conjunto de actividades que debe ejecutar la empresa en grupos de actividades homogéneas; esto es, definir los departamentos, secciones, áreas, talleres, etc., en que se va a dividir la empresa.

- Asignar a cada uno de los grupos de actividades establecido un administrador o responsable, dotándole de la autoridad necesaria para supervisar el trabajo de cada componente de su grupo.
- Coordinar, tanto en sentido horizontal como vertical, toda la estructura de la empresa.

1.7. Recursos utilizados en una empresa

1.7.1. Recursos materiales

Son los bienes tangibles con que cuenta la empresa para poder ofrecer sus servicios, tales como:

- *Instalaciones*: edificios, maquinaria, equipo, oficinas, terrenos, instrumentos, herramientas, etc.
- *Materia prima*: materias auxiliares que forman parte del producto, productos en proceso, productos terminados, etc.

1.7.2. Recursos técnicos

Sirven como herramientas e instrumentos auxiliares en la coordinación de los otros recursos, Pueden ser: sistemas de producción, de ventas, de finanzas, administrativos, fórmulas, patentes, marcas, etc

1.7.3. Recursos humanos

Estos recursos son indispensables para cualquier grupo social; ya que de ellos depende el manejo y funcionamiento de los demás recursos. Los Recursos Humanos poseen las siguientes características:

- Posibilidad de desarrollo.
- Ideas, imaginación, creatividad, habilidades.
- Sentimientos
- Experiencias, conocimientos, etc.

Estas características los diferencian de los demás recursos, según la función que desempeñan y el nivel jerárquico en que se encuentren pueden ser: obreros, oficinistas, supervisores, técnicos, ejecutivos, directores, etc.

1.7.4. Recursos financieros

Son los recursos monetarios propios y ajenos con los que cuenta la empresa, indispensables para su buen funcionamiento y desarrollo, pueden ser:

- *Recursos financieros propios*, se encuentran en: dinero en efectivo, aportaciones de los socios (acciones), utilidades, etc.
- *Recursos financieros ajenos*; están representados por: préstamos de acreedores y proveedores, créditos bancarios o privados y emisiones de valores, (bonos) (2).

2. Catering

2.1. Definiciones

Se denomina *catering* o cáterin, al servicio de alimentación institucional o alimentación colectiva que provee una cantidad determinada de comida y bebida en fiestas, eventos y presentaciones de diversa índole.

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

2.2. Utilidad

Sirve para dar un servicio exclusivo dependiendo el tipo de evento, por ejemplo existen empresas especializadas para elaborar y trasladar los alimentos a sitios remotos.

Hace tiempo el menú no guardaba relación con la actividad que se realizaba en el evento, y los platos se seleccionaban en función de gustos personales, sin necesidad de tener ningún vínculo con el motivo del encuentro. Pero hoy día la cocina acompaña el concepto del evento, se alinea con sus objetivos, desde los ingredientes o preparaciones elegidos, la manera de servirlos, etc.

Si se abre un espacio innovador, se busca que la cocina refuerce esa noción. Si se presenta una empresa internacional, se internacionaliza el menú. Si en un evento corporativo la intención es motivar al personal se busca entonces un menú interesante, que demuestre la valoración que desea expresar la empresa.

Hoy por hoy, el catering ya ha dejado de ser “la gastronomía del evento”, sino que se propone entender y reforzar aquello que desea comunicar el cliente, satisfaciendo sus necesidades y deseos de manera creativa y sofisticada.

2.3. Tipos de catering

2.3.1. Catering aperitivo

Su duración es de 15 a 30 minutos y se calculan dos bocados por persona

2.3.2. Catering cocktail

El horario estimado de realización es de 11:00 a 13:00 o de 19:00 a 21:00 horas. Se calculan de quince a veinte bocados por personas; salados 2/3 y dulce 1/3.

2.3.3. Catering recepción

Su duración aproximada es de tres horas, su realización se efectúa a las 20 horas. Se calculan de dieciocho a veinte bocadillos por persona; salados 2/3 y dulce 1/3.

2.3.4. Catering recepción – buffet

Su duración es de tres horas, el horario estimado es a las 20 horas. Se proveen variedades de platos fríos, calientes y guarniciones.

2.3.5. Catering recepción, comida o banquete

Su duración es de seis a ocho horas (evento prolongado), su horario estimado es de 22 horas. Los bocados son seis por persona para la recepción. Luego la cena: entrada, plato principal, postre, servicio de café, brindis, mesa de dulce y final de fiesta.

2.3.6. Catering desayuno de trabajo

Puede ser continental o americano, se calculan tres a cinco piezas por hora.

2.3.7. Catering brunch

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

2.3.8. Catering vernissage

Se realiza en una inauguración de una muestra pictórica. Se ofrece champagne, vino y dos bocados por persona.

2.3.9. Catering vino de honor

Su horario estimado es de 11.30 a 12.30 horas o de 18 a 19 horas. Se ofrecen vinos, dulces (oportito o jerez) y dos bocados por persona.

2.3.10. Catering coffee break

Se trata de un corte o recreo, su duración es de 15 a 30 minutos y se ofrece café, té jugos, bocaditos salados y dulces (3)

3. Eventos

3.1. Definiciones

Eventos, desde el punto de vista epistemológico proviene del latín “eventos” cuyo significado es “acontecimiento, suceso, eventualidad”. Para nuestra aplicación, si bien se trata de un suceso, es eventual en la concepción de irrepetible.

Un evento es una reunión de personas que conlleva un motivo en particular; en tanto podemos decir que los eventos sociales y populares tienen como método la diversión, mientras que los eventos corporativos tienen como mecanismo la vinculación para la negociación, la incentivación, la capacitación y el trabajo.

Para que exista un evento es necesario reunir gente de un lugar determinado, con un fin y que exista vinculación entre las partes.

Se puede establecer que existen ciertos elementos que caracterizan todo tipo de eventos: sedes o lugares, gastronomía, personal de producción y atención, asistencia técnica, recreación, ambientación, entre otros.

El mercado de eventos está constituido por proveedores de servicios (salones, organizadores de eventos, gastronomía, etc.) que conforman la oferta, y por clientes o contratantes de eventos (particulares, empresas, instituciones, profesionales, etc.) que definen la demanda.

3.2. Clasificación de los eventos

3.2.1. Por su tamaño

- Micro evento
- Medio
- Grande
- Mega evento

3.2.2. Por el lugar de su desarrollo

- Al aire libre
- En espacios cerrados
- En la ciudad
- En el campo:

3.2.3. Por su área de competencia o temática

3.2.3.1. Festejos populares

- Nacionales: característicos de cada provincia (festivales, fiestas, ferias, concursos, desfiles)
- Internacionales: ídem pero de regiones de diferentes países

3.2.3.2. Eventos empresariales:

Tienen el fin de lograr beneficios empresariales, imagen institucional, clientes, posicionamiento en el mercado, consumo de bienes y servicios (ferias, congresos, convenciones, exposiciones, seminarios, lanzamientos de productos, conferencias de prensa, workshops, showrooms, visita de ejecutivos extranjeros a la empresa, inauguraciones, aniversarios de empresa, family day, desayunos de trabajo, almuerzos de trabajo, cena de trabajo, jornada de lluvias de ideas, encuentros de negocios, fiesta de logro de objetivos, incentivos y fidelización para fuerzas de ventas, eventos de integración, outdoors, concientización de nuevos objetivos, kick off y lanzamientos de planes, eventos recreativos, jornadas de capacitación, asunción o cambio de autoridades).

3.2.3.3. Eventos culturales

Festivales, actos culturales, conmemoraciones, vernissage, espectáculos artísticos, muestras de arte, inauguraciones de centros culturales, fiestas de colectividades, presentación de un libro, presentación de una obra, espectáculos callejeros, exposiciones, congresos, ferias, concursos, mesas de debate.

3.2.3.4. Eventos religiosos

Característicos de cada región: bautismo, primera comunión, casamiento, navidad, pascuas, jubileo, bar y batmitzavá, pesaj, junuca, roshhashana – lomkipur, santonal, retiros religiosas, convivencias)

3.2.3.5. Eventos sociales

Nacimientos, cumpleaños, casamientos, aniversarios, fiestas benéficas, desfiles, fiestas temáticas, fiestas egresados, fiestas de grupos de pertenencia, fiestas de despedida, eventos infantiles, despedidas de solteros, fiestas de reencuentros, cumpleaños de 15, cumpleaños de 18, fiestas comunitarias por entidades civiles, pequeñas sorpresas, etc.

3.2.3.6. Eventos escolares

Inicio del ciclo lectivo, cierre del ciclo lectivo, fiestas patrias, torneos y encuentros deportivos, festivales, kermeses, ferias, certámenes.

3.2.3.7. Eventos políticos

Lanzamiento de campaña, nombramiento de funcionarios, debates, congresos, cierre de campaña, reuniones de trabajo, desayuno, almuerzos y cenas proselitistas, etc.

3.2.3.8. Eventos deportivos

Torneos, competencias, olimpiadas, panamericanos, intercolegiales, mundiales, etc.

4. Cálculos de alimentos y bebidas para un evento

4.1. Cálculo de alimentos

- *Carne con hueso*: Se estima una cantidad de 200 - 250 gr. por comensal (depende de la cantidad de hueso que tenga).
- *Carne sin hueso*: Unos 175-225 gr. por comensal.
- *Carnes guisadas*: Unos 150 gr. por comensal.
- *Aves*: Las aves dependiendo del tamaño puede ser una por comensal (piezas de hasta 300-350 gr.), dos comensales por pieza (piezas de hasta 750 gr.) o bien un cuarto de pieza por comensal (piezas mayores de 1.250 gr.).
- *Pescados*: Unos 200-275 gr. limpios o 350-450 gr. piezas enteras.

- *Marisco*: Es muy relativo dependiendo del tipo de marisco. Los de cáscara grande tipo centollo, bogavante, langosta, etc. sobre 1 kg. por persona (peso bruto). Limpio (una cola de langosta) 175-200 gr. por persona. Gambas, langostinos, etc. 300 gr. por comensal. Navajas, mejillones, almejas, berberechos, etc. 400-450 gr. por persona.
- *Verdura*: De 200-250 gr. por persona (solas). Como acompañamiento 100 gr. por persona
- *Papas*: Unos 100 gr. por comensal como guarnición o bien 225-250 gr. como plato principal.
- *Sopas, cremas y purés*: Unos 200-225 gr. por persona.
- *Arroz*: Unos 125 gr. por comensal (como acompañamiento) o 200-250 gr. (solas) por persona.
- *Fruta*: Las de piezas individuales (naranja, manzana, pera, banana, kiwi, durazno, etc.) una por persona. Melón, sandía, piña, etc. frutas grandes por cada pieza de kilo, para 4-5 personas.
- *Dulces*: De 75-125 gr. por comensal. Depende mucho del tipo de dulce. No es lo mismo una porción de isla flotante (merengue liviano) que un trozo de budín de pan con dulce
- *Helado*: Unos 100 gr. por comensal.

4.2. Cálculo de bebidas

Cuadro N° 7: Tabla de cálculo para bebidas

TIPO DE BEBIDA	NÚMERO DE COPAS POR BOTELLA
Vino blanco	7 a 8 por botella
Vino tinto	6 a 7 por botella
Champagne	7 por botella
Anís	20 por botella de litro
Coñac	15 por botella de 750 ml
Baileys	15 por botella de 750 ml
Whisky	15 a 20 por botella de 750 ml
Ron	20 a 22 por botella de litro
Vodka	15 a 17 por botella de 750 ml
Tequila	20 por botella de litro

Elaborado por: Juan Andrés Merchán Luna

5. Organización de las mesas

Para organizar las mesas de una fiesta y que los invitados se sientan más cómodos, se tiene que tener en cuenta los siguientes aspectos:

- Cómo van a estar ubicadas las mesas dentro del lugar.
- La cantidad de invitados.
- La capacidad de cada mesa.
- La cantidad de mesas.

Por lo general se ubica en el centro o en un lateral del lugar la mesa principal (en donde van centrados los novios con los familiares más cercanos, padres y hermanos). En el caso de una fiesta de 15 años, se sentará la cumpleañera junto con sus mejores amigas.

Alrededor de la mesa principal, se ubican por grado de afinidad los invitados. (Obviamente los íntimos estarán cercanos a la mesa principal, y los menos allegados en las mesas ubicadas un poco más lejos).

Generalmente los invitados realizan las confirmaciones una o dos semanas antes de la fecha de la fiesta, por esto recomendamos dejar reservado un momento el fin de semana anterior, para hacer la organización y tener una mayor idea de la cantidad real de invitados.

Siempre es conveniente ubicar a todas las personas que vienen solas, juntas. Tengan en cuenta si hay alguna pareja que se separó, deben ponerlos lo más separados posible uno de otro, al igual que si existe algún tipo de conflicto entre familiares.

Pueden poner una mesa de chicos, y a los más jóvenes ubicarlos en los alrededores de las pistas de baile. Esto motivará a los jóvenes a bailar, sin molestar en el paso a los mayores. Es conveniente que alguien reciba a los invitados y les asigne la mesa correspondiente para evitar conflictos. Es común que el alquiler del salón incluya este servicio

5.1. Montaje de salones y montaje de mesa formal

5.1.1. Tipos de montaje de salones

- *Auditorio*: se realiza con sillas que deberán colocarse una al lado de la otra en hileras ya sea rectas o circulares. En este tipo de montaje puede

que haya un orador con lo cual deberá colocarse frente a la primer fila un atril o en caso que sean varios oradores se colocará una mesa de tamaño acorde a la cantidad de oradores y sillas.

Si utilizamos mesa esta deberá estar vestida con mantel y pollera y deberán colocarse copas de agua y agua para cada orador.

- **Escuela:** se realiza con varias mesas, tipo pupitre o bien con mesas para 2/3 personas, se montan hileras de mesas con sillas y se mantiene la línea del auditorio pero con mesas para los participantes. También puede que haya oradores con lo cual se dispondrá del atril o la mesa para varios oradores según la petición de nuestro cliente.
- **Directorio:** se utiliza para reuniones de trabajo pequeñas, consiste en una mesa ya sea circular o rectangular acompañada de sillas.

5.1.2. Tipos de modelos de mesa

- *I:* montaje en i. Capacidad de 30 a 35 personas
- *U:* montaje en u. Capacidad de 40 a 50 personas
- *T:* montaje en t. Capacidad 40 a 50 personas.
- *E:* montaje en e. Capacidad de 70 a 80 personas.
- *Imperial:* Capacidad de 30 a 50 personas.
- *Cuadrada:* Capacidad de 40 a 50 personas
- *Peine:* Banquetes grandes. La cantidad de brazos dependerá de la cantidad de comensales.

- *Espiga*: Banquetes grandes .Se compone de una presidencia frente a la cual se montan tableros en sentido oblicuo.
- *Americano*: Banquetes grandes .Se realiza montando una mesa presidencia y mesas redondas de 8 a 12 pax distribuidas en el salón.

5.1.3. Montajes de mesas para comida formal

Se comienza montando el esqueleto. Se dispondrá de un plano en el que figurará la estructura del montaje y que servirá de guía para situar las mesas.

Normas a tener en cuenta:

- Entre mesa y mesa debe quedar un pasillo para que el personal trabaje con comodidad
- Se debe montar para un 10-15% más de las plazas reservadas, ya que a veces se presentan más invitados
- Las mesas quedarán alineadas guardando la estética del salón
- No situar ninguna mesa cerca del paso de los mozos al office o a la cocina
- Aquellos montajes donde se utilicen varias mesas (T, E, I, etc) se comprobará que todas las mesas queden al mismo nivel
- Colocar la presidencia frente a la puerta de entrada
- Procurar que exista el menor número de comensales dando la espalda a la presidencia

- Colocar puntos de apoyo o aparadores para que los mozos puedan auxiliarse durante el servicio.

Una vez montado el esqueleto pasamos a montar las mesas: para esto debemos tener toda la vajilla, cristalería, cubertería, mantelería fajinada:

5.1.4. Vestir la mesa

Lo primero que se colocará es el muletón, el mismo deberá estar bien sujetado por debajo de la mesa mediante su borde elastizado. Funciones del muletón:

- Resaltar el color y los bordados del mantel que irá sobre él.
- Amortiguar los sonidos que podrían producir los elementos del servicio
- Servir de base para repasar el mantel con la plancha para que no haya arrugas ni pliegues.
- En caso que se utilicen individuales se colocarán trozos de molletón debajo de cada individual

Luego coloco el mantel, el mismo deberá cubrir las patas de las mesas, si se necesitaran varios manteles para cubrir la mesa los mismos deberán quedar con la misma caída.

- Mantel: indispensable para comidas formales, el color ideal es blanco, marfil o té con leche muy claro. Deberá ser del alto de la mesa, es decir 75 cm, en caso de almuerzos se puede utilizar un mantel corto de 35 a 40 cm de caída.

- Las servilletas no deberán estar excesivamente almidonadas y deberán ser de alguna tela que no pierda fibra.
- Individuales: podrían utilizarse cuando el tablero de la mesa es muy bonito, para que resalte y en una comida poco formal.

5.1.5. Colocación del plato base

Antes de colocar el plato base debemos situar las sillas, marcando así donde se dispondrá dicho plato, el plato quedará enfrente de la silla coincidiendo con el borde de la mesa a unos 2 cm del mismo. Tener en cuenta que entre comensales deberá haber una separación de 60 cm.

5.1.6. Situación de la cubertería

Ésta dependerá de los platos que compongan el menú, los cubiertos se dispondrán siguiendo el orden lógico de utilización, de modo que quedarán más hacia el interior los cubiertos a utilizar con el último plato y más al exterior aquellos que se emplearán en primer lugar. Los cubiertos para el postre se situarán en la parte superior del plato con el mango orientado hacia su lugar de utilización.

En el caso de un menú muy extenso podemos dejar algún plato sin marcar para evitar el exceso de cubertería. En este caso se deberá contar con muletillas en las estaciones de mozos.

5.1.7. Ubicación del plato de pan

Se coloca después de la cubertería al lado del tenedor de entrada y en forma alineada con el resto de los elementos.

5.1.8. Situación de la cristalería

Se montará toda la cristalería necesaria para todo el servicio de vinos que se ofrezcan, además del agua. La copa de licor puede montarse o colocarse en el momento que se va a servir. La copa de agua se colocará en la parte superior y centrada con el plato base. Existen varias formas de colocar la cristalería:

- Copa de vino blanco se sitúa en la parte superior del cuchillo de entrada, luego se coloca la de tinto, la de agua, la de champagne y por último la de licor, toda la cristalería debe estar alineada.
- Otra opción sería igual a la mencionada pero colocando la copa de licor detrás, formando un triángulo entre la de champagne y la de vino tinto.
- Una última opción sería colocar la copa de champagne detrás en triángulo con la de agua y la de vino tinto y la de licor a la derecha de la de champagne.

5.1.9. Colocación de la servilleta

Se sitúa generalmente encima del plato base, (aunque se aceptan varias colocaciones ver dibujo) con un doblez sencillo para evitar manipularla y guardar la higiene. Las servilletas deben ser de un tamaño de 50cm x 50 cm.

5.1.10. Disposición de los complementos

Se colocará un cenicero, un salero y un pimentero por cada 4 comensales. También se colocará algún centro de mesa o arreglo floral. Se deberá evitar que los mismos tapen la visión de los comensales.

5.1.11. Colocación del menú

Se deberá contar con un menú impreso para cada comensal. El mismo se puede colocar encima del plato de pan o dentro de la servilleta.

5.1.12. Montaje del office

- Si es cóctel se dejarán montadas las bandejas con la cristalería necesaria y la bebida que se va a servir.
- Se dejarán bandejas preparadas para el servicio de café y los termos.
- Bandejas con el servicio de licor. Las botellas deberán estar frías
- Tener parte de las botellas de vino a servir abiertas (esta operación se realiza unos minutos antes)
- Habilitar una zona donde se depositen las botellas vacías
- Pan y cestas para reponer en las mesas
- Tachos con hielo
- Mesa para el desvarase

6. Tipos de servicios

6.1. Servicio americano

Significa un servicio desempeñado por un mesero, con los platos y los entremeses servidos en la cocina según órdenes individuales. Los platos se disponen y llevan en bandejas hasta la mesa auxiliar de servicio. Generalmente, aunque esta tendencia puede estar cambiando, las comidas y las bebidas se sirven por la derecha, teniendo en cuenta que la pieza principal del plato debe quedar frente al cliente en la parte de abajo del plato y el logotipo o decoración también al frente del cliente pero en la parte superior.

Los platos se levantan por la derecha. Las mesas que estén contra la pared se sirven en la forma más conveniente para el cliente.

Tal vez la característica que distingue este servicio americano inmediatamente es su rapidez. Se considera el servicio menos formal de los existentes, se basa en que los alimentos vienen servidos y presentados desde la cocina en el plato a servir al cliente. Para retirar los platos se hace por el lado derecho, a excepción del plato del pan y la mantequilla.

Las bebidas se sirven y retiran por la derecha.

6.2. Servicio francés

La principal característica de este servicio es que todo su menú es elaborado en presencia del cliente. Los ingredientes se traen de la cocina y se les muestran al cliente para su inspección y el maître los prepara delante del comensal.

6.3. Servicio inglés

Tipo de servicio en el que los manjares se sirven de cocina en fuentes con todos los elementos bien colocados; el camarero, que previamente habrá colocado el plato vacío por la derecha del cliente, llevará la fuente en el brazo izquierdo sirviendo de la fuente al plato por la izquierda del comensal. El camarero para realizar éste servicio se ayuda de una cuchara y un tenedor trincherero en forma de pinzas.

6.4. Servicio a la rusa o gueridon

El servicio en gueridon (que es una pequeña mesa auxiliar móvil con diversos elementos) es un servicio bastante exclusivo, poco utilizado actualmente, salvo en establecimientos de alto standing o de categoría superior. La exclusividad que requiere en cuanto a personal, dedicación de tiempo y materiales le hace poco rentable en la mayor parte de los establecimientos de hostelería.

El servicio gueridon incluye entre sus labores trinchar, cortar, trocear, rebanar, lonchear, flambear, pelar y, en general, cualquier tipo de preparación de platos al instante. Podemos decir, que es una pequeña cocina donde se realizan ciertos platos o preparaciones especiales para los clientes.

6.5. El buffet

Es una comida con autoservicio "Self-service". El propio comensal es quien debe servirse.

Como característica principal, podemos indicar que aquí se permite servir varios alimentos en un mismo plato. A la hora de servirse, utilice los cubiertos que hay en las bandejas, y no utilice sus propios cubiertos. (4)

7. Brigada del comedor

7.1. Brigada europea

Es una organización en la que el personal tiene labores específicas y claramente establecidas. Podemos distinguir que existe un cuerpo de supervisores que garantiza un buen servicio. Este cuerpo se encuentra integrado por el Primero, el Segundo y Tercer Maître.

La brigada europea, tiene como característica el desempeño de cada uno de sus integrantes supeditados a otros y es recomendada fundamentalmente para establecimientos de hoteles y clubes.

7.2. Brigada Americana

Es una organización menos compleja que la europea, se adapta con mayor facilidad al servicio de un restaurante, aunque es posible también encontrarla en un establecimiento hotelero.

8. Etiqueta

Las reglas básicas de nuestro comportamiento en sociedad deben ser aprendidas a medida que vamos creciendo e igualmente debemos continuar desarrollando en todo momento la flexibilidad necesaria para enfrentarnos a situaciones nuevas ante las cuales a veces es preciso mostrar tolerancia y hasta hacer concesiones para mantener la armonía. Pero, de nuevo, si aprendemos a respetar los sentimientos, los intereses y las emociones de nuestros semejantes, entonces (y sólo entonces) estaremos capacitados para ser miembros de una sociedad y compartir en paz en este planeta en el que todos convivimos.

La Etiqueta y el Protocolo tienen su base en una serie de reglas (o sugerencias para evitar la implicación de la imposición) que contribuyen a desarrollar en nosotros un sentido del decoro, los buenos modales y la consideración y el respeto hacia las personas que tenemos a nuestro alrededor.

El diccionario define la palabra "Etiqueta" como "reglas del decoro que gobiernan y guían el comportamiento humano".

8.1. Principios básicos del protocolo y etiqueta empresarial

8.1.1. Puntualidad

- Llegar tarde es simplemente descortés e impropio.
- Ser puntual no significa llegar antes de tiempo, es cumplir la cita a la hora acordada.
- Olvídense de las excusas. El éxito del ejecutivo es alcanzar la meta que se ha propuesto.
- La puntualidad rige para todo: Documentos, cotizaciones, cartas, pedidos etc.
- Los horarios varían de acuerdo con las profesiones y países.

8.1.2. Discreción

- Ser discreto significa saber guardar para usted las confidencias, sean relativas a los negocios o de orden personal.
- En el mundo de los negocios la discreción representa un papel importantísimo.
- La táctica es no dar un paso más allá de lo permitido.
- Los comentarios fuera de tono, chismes e intrigas en vez de ayudar pueden dañar un negocio y por supuesto su imagen.

8.1.3. Cortesía y positivismo

- Ser cortés, agradable y optimista es la mejor llave para entrar con éxito al mundo de los negocios.
- No importa la raza, color ni condición, una sonrisa siempre es bien recibida.

- No confunda amabilidad con intimidad.
- Muéstrese abierto a las críticas y sugerencias, interétese por los otros y no solo por usted mismo.

8.1.4. Vestuario

- La primera impresión es la que vale.
- Una imagen vale más que mil palabras.
- Adoptar una imagen acorde con su profesión es universal.
- Sienta respeto hacia las vestimentas de los países que visita.

8.1.5. Lenguaje claro y conciso

- Las personas que se expresan claramente tienen una ventaja. Una mala comunicación escrita y oral puede detener el progreso de una persona y debilitar sus otras capacidades.
- Cuide su lenguaje, las palabras vulgares no tienen lugar en el mundo de los negocios.
- Hable claro y sepa escuchar.
- No haga chistes, ni comentarios fuera de tono.

9. Estudio de viabilidad económico – financiera

9.1. Definición

Reunir toda la información obtenida en las fases anteriores del plan de empresa desde una perspectiva económica:

- Plan de marketing
- Plan operativo

- Planificación de recursos humanos
- Plan jurídico.

Identificamos los fondos necesarios para ejecutar el plan de empresa.

Cuantificamos para:

- Verificar la viabilidad económica del proyecto
- Descubrir la necesidad de financiación.

9.2. Composición del plan de viabilidad

9.2.1. Plan de inversiones y de financiación inicial

- Determinar las necesidades iniciales para afrontar el proyecto
- Forma en que se financiará.

9.2.2. Cuenta de resultados provisional

La previsión de actividad de la nueva empresa va a producir los ingresos suficientes para cubrir los gastos y cargas que representan los medios materiales, humanos y financieros empleados.

9.2.3. Plan de tesorería

El objeto es determinar si los ingresos de caja a lo largo del año permitirán hacer frente a los pagos del mismo periodo.

9.2.4. Balance provisional

Proporciona una fotografía de la situación económico-financiera del negocio en el futuro.

10. Plan de empresa

El plan de empresa es un documento que especifica, en lengua escrita, un negocio que se pretende iniciar o que ya se ha iniciado. Este documento generalmente se apoya en documentos adicionales como el estudio de mercado, técnico, financiero y de organización. De estos documentos se extraen temas como los canales de comercialización, el precio, la distribución, el modelo de negocio, la ingeniería, la localización, el organigrama de la organización, la estructura de capital, la evaluación financiera, las fuentes de financiamiento, el personal necesario junto con su método de selección, la filosofía de la empresa, los aspectos legales, y su plan de salida. Generalmente se considera que un plan de negocio es un documento vivo, en el sentido de que se debe estar actualizando constantemente para reflejar cambios no previstos con anterioridad. Un plan de negocio razonable, que justifique las expectativas de éxito de la empresa, es fundamental para conseguir financiación y socios capitalistas.

10.1. Esquema posible de un Plan de Empresa

10.1.1. Objetivos del proyecto empresarial y presentación de los promotores

- Definición de las características generales del proyecto a poner en marcha
- Resumen del proyecto: inversión total, recursos propios y ajenos, proyección de ventas, resultados estimados, localización
- Prestación de los promotores: formación, experiencia empresarial

10.1.2. La actividad de la empresa: el producto o servicio

- Definición de las características del producto o servicio que va a ser objeto de la actividad de la empresa
- Mercado al que va dirigido y necesidades que cubre
- Características diferenciadoras respecto de los productos o servicios de la competencia
- Normas que regulan la fabricación o comercialización del producto o la prestación del servicio
- Protección jurídica

10.1.3. El mercado

- Definición del mercado al que se dirigirá el producto o el servicio: dimensión, localización, consumo, estructura, tipo de clientes, mercado real y mercado potencial
- Previsiones de evolución del mercado
- La competencia: identificación de las empresas competidoras, características de las mismas, posición en el mercado, ventajas e inconvenientes del producto o servicio con los de la competencia, reacción de ésta ante la entrada de la nueva empresa en el mercado.
- Participación prevista en el mercado

10.1.4. La comercialización

- Presentación del producto o servicio
- Determinación del precio de venta
- Penetración en el mercado; canales de distribución, red comercial.
- Acciones de promoción; publicidad, catálogos, descuentos.
- Previsión de ventas
- Garantías, servicio técnico, servicio post-venta.

10.1.5. La producción

- Determinación del proceso de fabricación
- Selección de instalaciones y equipos necesarios
- Aprovisionamiento; materias primas, proveedores, suministros básicos
- Gestión de stocks, materias primas, productos intermedios
- Control de calidad

10.1.6. Localización

- Criterios de localización
- Terrenos, edificios e instalaciones
- Comunicaciones e infraestructura
- Ayudas públicas para localización

10.1.7. Talento Humano

- Puestos de trabajo a crear
- Distribución por categorías y asignación de responsabilidades
- Perfiles de las personas a contratar; conocimientos, experiencia
- Selección del personal
- Formas de contratación
- Previsiones de crecimiento del empleo

10.1.8. La financiación

- Necesidades económicas del proyecto; recursos propios y ajenos, ayudas públicas.
- Identificación y selección de fuentes de financiación; banca oficial, banca privada, sociedades de leasing...
- Plan financiero; proyecto de inversiones, previsión de tesorería, cuenta de resultados previsional, balance previsional...
- Rentabilidad del proyecto

10.1.9. Aspectos formales del proyecto

- Elección de la forma jurídica
- Trámites administrativos a realizar
- Obligaciones de la empresa; contables, fiscales, laborales.

11. Impacto ambiental

Se entiende por impacto ambiental el efecto que produce una determinada acción humana sobre el medio ambiente en sus distintos aspectos. El concepto puede extenderse, con poca utilidad, a los efectos de un fenómeno natural catastrófico. Técnicamente, es la alteración de la línea de base, debido a la acción antrópica o a eventos naturales.

Las acciones humanas, motivadas por la consecución de diversos fines, provocan efectos colaterales sobre el medio natural o social. Mientras los efectos perseguidos suelen ser positivos, al menos para quienes promueven la actuación, los efectos secundarios pueden ser positivos y más a menudo, negativos. La evaluación de impacto ambiental, es el análisis de las consecuencias predecibles de la acción; y la Declaración de Impacto ambiental.

Son aquellos posibles efectos que inciden negativamente en el ecosistema, convirtiéndose en un grave problema ambiental en todo el mundo. Esta es originada por las descargas de desechos contaminantes al agua, al aire, o al suelo causadas por muchas actividades domésticas e industriales. Entre éstas destacamos a las industrias, el tráfico automotor, la inadecuada explotación de petróleo y de minerales, el uso de pesticidas y fertilizantes, las técnicas inadecuadas de pesca (por ejemplo usar dinamita), la construcción de carreteras u otras obras civiles, los botaderos de basura entre tantas otras. El ruido es también una forma de contaminación y está relacionado con todos los otros problemas. Si bien no es un fenómeno reciente -en la antigüedad ya hubo grandes envenenamientos del agua y del suelo-, si está claro que tomó severas magnitudes en el ámbito mundial a partir de la revolución Industrial, en el siglo XIX. Fue entonces que cuando en los ahora países industrializados y también más contaminados se construyeron fábricas que comenzaron a emitir grandes volúmenes de sustancias contaminantes, y se manufacturaron productos como los pesticidas u otros derivados del petróleo con gran poder tóxico para los seres vivos.

IV. METODOLOGÍA

Para la realización de un estudio de factibilidad es necesario determinar el tipo de investigación que se va implementar en el proceso, con el fin de utilizar las técnicas adecuadas para el tratamiento metodológico. Por lo tanto la investigación del presente proyecto se basó en:

A. Localización y Temporalización

Para el presente estudio de factibilidad, el cantón Sucúa perteneciente a la provincia de Morona Santiago, es el lugar en donde se realizó la respectiva investigación, con un tiempo de estudio de 6 meses en el año 2012.

B. Tipoy Diseño de la Investigación

El estudio de factibilidad para la creación de la empresa de catering y eventos en el cantón Sucúa, se basó en el método de investigación no experimental, a través de técnicas de investigación bibliográficas y de campo, a nivel descriptivo y prospectivo.

La obtención de datos durante la investigación se basó en las encuestas directas (instrumento metodológico) al posible consumidor.

El diseño de la investigación fue transversal, ya que se logró recopilar los datos de la investigación en un período relativamente corto (una semana), mediante el estudio observacional y descriptivo.

Asimismo, la investigación fue proyectiva, ya que nos permitió obtener los insumos para el planteamiento de una solución ante un problema, basada en datos actuales para proyectar un futuro deseado.

C. Variables

Según lo definido por BRIONES (1987:34) una variable “es una propiedad, característica o atributo que puede darse en ciertos sujetos... son conceptos clasificatorios que permiten ubicar a los individuos en categorías o clases y son susceptibles de identificación y medición”

Por lo tanto para el presente estudio se identificaron variables para segmentar la población de acuerdo a características específicas y homogéneas.

1. Identificación de variables

- a. Características socio-demográficas
- b. Estudio de mercado

2. Definiciones

a. Características socio-demográficas

Las características sociodemográficas de los individuos, como su edad, sexo, estado conyugal, color de la piel, nivel educacional, zona de residencia y participación en la actividad económica, condicionan su conducta frente a la fecundidad, la mortalidad, los movimientos

migratorios, y por tanto, inciden de manera importante en los patrones demográficos de la población a la cual pertenecen.

b. Estudio de mercado

El estudio de mercado consiste en una iniciativa empresarial con el fin de hacerse una idea sobre la viabilidad comercial de una actividad económica. Sirve para descubrir lo que la gente quiere, necesita o cree. También implica en el descubrir cómo actúan las personas. Una vez que la investigación está completa, se puede utilizar para determinar como comercializar su producto.

3. Operacionalización de las variables

Cuadro N° 8: Variables

VARIABLE	CATEGORIA/ Escala	INDICADOR
Socio-Demográficas	Edad	18 – 28 29 – 39 40 – 50 50 – en adelante
	Género	Masculino Femenino
	Nivel de ingreso	300 – 600 601 – 900 901 – en adelante
Estudio de mercado	Oferta	% Clientes satisfechos
	Demanda	% Clientes Insatisfechos % Clientes indecisos
	Cantidad a vender	% de clientes potenciales % de clientes eventuales % de clientes futuros
	Publicidad	Radio T.V. local Prensa local Páginas web
	Ventas	Ventas Individual Ventas Corporativas Ventas Empresariales
	Servicio al Cliente	Buzón de sugerencias Call center

Elaborado por: Juan Andrés Merchán Luna

D. Población y Muestra

1. Población:

Considerando que población es un conjunto de elementos que presentan características comunes y son motivo de un determinado estudio, dentro de la ciudad de Sucúa, según los datos del VII censo de población y vivienda en el año 2010, la Población Económica Activa es de 4.760 personas.

La investigación se realizará por muestreo aleatoria al azar, y se utilizará la técnica estadística para saber el número de la población y la muestra.

2. Población futura:

Formula: $PF = P.A. (1+i)^n$

P.F.= Población Futura

P.A.= Población Actual

1 = Constante

i = tasa de crecimiento

n = número de años

Cuadro N° 9: Cálculo de la población futura

AÑO	POBLACIÓN	INDICADORES	TASA DE CRECIMIENTO	No. DE AÑOS	POBLACIÓN FUTURA
2011	4760	1	0,012	1	4817
2012	4817	1	0,012	2	4875
2013	4875	1	0,012	3	4933

Elaborado por: Juan Andrés Merchán Luna

N = 4.933

3. Muestra

Siendo la muestra una porción elegible y significativa de unidades de un universo o individuos de la población, se determinó el tamaño de la muestra basado en la

población económicamente activa de 4.933 personas, de acuerdo al método estadístico aplicando la fórmula del tamaño de la muestra.

Tamaño de la muestra

Fórmula:

$$n = \frac{m}{e^2(m-1)+1}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

m = tamaño de la población

e^2 = error admisible (aceptable hasta el 5%)

$$n = \frac{4933}{(0.05)^2(4933 - 1) + 1}$$

n = 370

Una vez aplicada la fórmula de para el cálculo de la muestra, se obtiene como resultado los 370 individuos que fueron encuestados.

4. Fracción muestral

La fracción muestral nos permite conocer el porcentaje de la población muestra que ha sido seleccionada para realizar las encuestas en la relación a total de la población económicamente activa del cantón Sucúa.

Por lo tanto, el porcentaje que representa la población de muestra en relación con la población universo es de 0,08%, como se demuestra con la aplicación de

la operación detallada a continuación, donde “n” representa el tamaño de la muestra, “N” el tamaño de la población universo y “F” es la fracción muestral en porcentaje.

$$F = \frac{n}{N}$$

$$F = \frac{370}{4933} = 0.08$$

5. Grupo objetivo de estudio

De acuerdo a los datos obtenidos en el cálculo de la muestra poblacional para el presente estudio, se determinó que 370 individuos en edad económicamente activa (desde los 10 años y más) en el cantón Sucúa fueron encuestados de manera aleatoria.

E. Descripción de procedimientos

1. Investigación de mercado

Con la finalidad de conocer el comportamiento del mercado y la factibilidad de crear una empresa de catering y eventos en el cantón Sucúa, fue necesario seguir un proceso de recolección y análisis de los datos obtenidos de forma sistemática, según el detalle siguiente:

1.1. Aplicación de encuestas

Una vez determinada la muestra poblacional, se procedió a aplicar de manera aleatoria la encuesta diseñada en un cuestionario con preguntas, que se formularon todos los encuestados con las mismas palabras y el mismo orden. Se utilizó el cuestionario y se recogió la información de los encuestados en donde se conoció el requerimiento de los habitantes del cantón Sucúa; estas encuestas nos permitió obtener información del mercado y conocer su criterio sobre la creación de la empresa de catering y eventos. La encuesta se aplicó a 370 individuos(Ver anexo 1).

1.2. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

1.2.1. Observación

Para el presente estudio se aplicó la observación como técnica de investigación, determinándose que en el cantón Sucúa actualmente no existe una empresa que ofrezca la combinación del servicio de alimentación y organización de eventos.

1.2.2. Entrevista

Esta técnica de investigación se aplicó a dos sectores de prestación de servicios, el primero al propietario de un restaurante con la finalidad de determinar el tipo de servicio que ofertan, pudiéndose constatar que únicamente atienden al cliente con el servicio de catering que en muchos

de los casos no incluye el alquiler de vajilla, menaje, cristalería y mantelería. Por otra parte, se entrevistó al a propietaria de un local que ofrece el alquiler de mantelería, cristalería, vajilla, cubiertos, mesas y sillas, pero no brinda el servicio de planificación, organización y decoración de eventos y peor aún el servicio de catering.

1.2.3. Investigación bibliográfica

Se recogió y se analizó información secundaria de diversas fuentes bibliográficas como libros, páginas en Internet para conocer más los términos idóneos para el funcionamiento eficiente y eficaz de la empresa (según referencias bibliográficas).

1.3. Técnicas de procedimientos y análisis de datos

En lo referente a las técnicas de procedimiento y análisis de datos, posterior a la aplicación de las encuestas se procedió a la depuración de las mismas, se eliminó algunos documentos que por diferentes motivos la información no fue confiable, luego se tabuló, organizó y se analizó los datos numéricos mediante gráficos estadísticos y se representó en cuadros en el paquete informático de Excel para interpretar la información y análisis de los datos.

El paquete de Word se utilizó para la elaboración de informes de tesis, Power Point para la exposición y defensa del proyecto y tesis, y Microsoft Office Picture Manager para editar fotografías de los anexos.

2. Diseño del plan de empresas

El plan de empresas es una herramienta que determina la factibilidad de una empresa, en base al análisis los aspectos productivos, comerciales, organizativos o financieros, así como la situación actual y futura ante el mercado y sus competidores

2.1. Aspectos técnicos

Los aspectos técnicos considerados para la implementación de la empresa de catering y eventos son los siguientes: Tamaño de la empresa, localización óptima, ingeniería del proyecto, proceso de producción, capacidad de producción.

2.2. Aspectos jurídicos – mercantiles

Nos permitió determinar la forma jurídica de la empresa, las obligaciones laborales con el talento humano contratado, los permisos y licencias de funcionamiento.

2.3. Estrategias de marketing

Como estrategias de marketing para la creación de la empresa motivo de éste estudio, se estableció aspectos como el análisis del mercado, análisis de la demanda, determinación del precio, promoción y publicidad, canales de distribución.

2.4. Gestión del talento humano

Dentro de este aspecto, se realizó el diseño de la organización y estructura de la empresa, el manual de funciones, los valores y principios en los que se basa la empresa.

2.5. Aspectos económico – financieros

Dentro de este aspecto, se consideró la realización del plan de inversión inicial, el plan de financiación, el presupuesto, la previsión de la cuenta de resultados, el balance de situación, el punto de equilibrio y los ratios de rentabilidad, con la finalidad de otorgar una sustentabilidad financiera del proyecto.

2.6. Aspectos ambientales

Al diseñar el plan de empresas, el impacto ambiental que la misma cause, es de vital importancia al momento de llevar a cabo el negocio planteado, por lo tanto en este aspecto se consideró todas las acciones para mitigar los impactos contaminantes.

V.RESULTADOS Y DISCUSIÓN

A. Análisis de resultados

1. Presentación, tabulación y análisis de los datos obtenidos en la investigación de mercado

Después de haber preparado el cuestionario para las encuestas y de haber realizado la planificación para la aplicación de las encuestas, las mismas que fueron realizadas a la PEA o sea trescientos setenta habitantes de la ciudad de Sucúa como indica el cálculo de la muestra.

Las encuestas fueron aplicadas en todos los barrios de la ciudad de Sucúa como: El Belén, Norte, Sur, Centro, 3 de Noviembre, 12 de Febrero, Artesanos, Amazonas, Aeropuerto, Upano, El Terminal.

Para lograr la efectividad de los datos requeridos, se procedió a investigar pregunta por pregunta, en donde se indican los resultados en cantidad y en porcentaje para una fácil interpretación y análisis de los mismos.

Otro aspecto importante que se consideró para la aplicación de las encuestas es la edad de los encuestados, es decir que sean mayores de 18 años ya que se les considera personas con facultad plena de opinión y con un enfoque claro sobre el motivo de la encuesta y la vinculación con su propia realidad.

Los resultados obtenidos son los siguientes:

Pregunta 1:

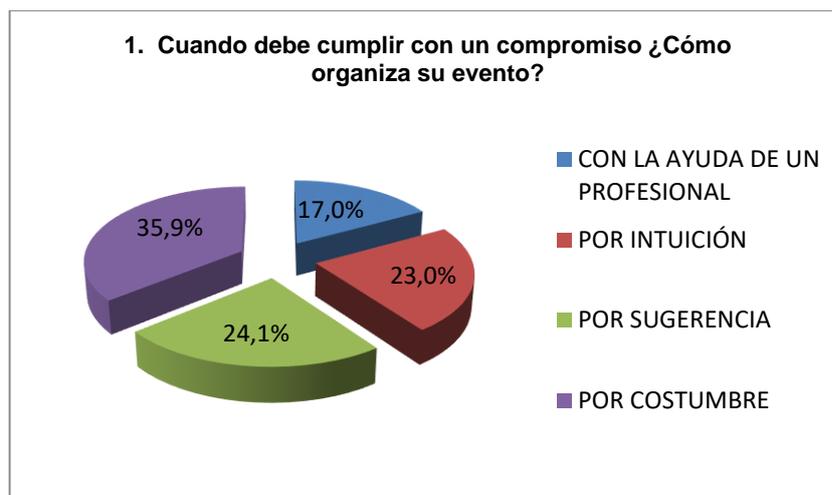
Cuando debe cumplir un compromiso, ¿cómo organiza su evento?

Cuadro N° 10: Forma de organización del evento

	ALTERNATIVAS	TOTAL	%
1. Cuando debe cumplir un compromiso ¿Cómo organiza su evento?	CON LA AYUDA DE UN PROFESIONAL	63	17,0
	POR INTUICIÓN	85	23,0
	POR SUGERENCIA	89	24,1
	POR COSTUMBRE	133	35,9
TOTAL		370	100

Fuente: Procesamiento de las encuestas
Elaborado por: Juan Andrés Merchán Luna

Gráfico N° 1: Forma de organización del evento



Fuente: Procesamiento de las encuestas
Elaborado por: Juan Andrés Merchán Luna

Análisis descriptivo

De las 370 personas que constituyen el 100% de los encuestados, el 35,9 % (133 personas) manifestaron que la organización de su evento lo realizan por costumbre, mientras que 89 personas que corresponde al 24,1% organizan su evento por sugerencia. En el 23% de la muestra, se verificó que lo hacen en

base a su intuición, y solo el 17% organiza un evento con la ayuda de un profesional.

Pregunta 2:

En el cantón Sucúa ¿conoce la existencia de un profesional que se dedique a la organización de eventos?

Cuadro N° 11: Profesionales para organización de eventos

ALTERNATIVAS		TOTAL	%
2. En el cantón Sucúa ¿Conoce la existencia de un profesional que se dedique a la organización de eventos?	SI	142	38,4
	NO	228	61,6
TOTAL		370	100

Fuente: Procesamiento de las encuestas
Elaborado por: Juan Andrés Merchán Luna

Gráfico N° 2: Profesionales para organización de eventos



Fuente: Procesamiento de las encuestas
Elaborado por: Juan Andrés Merchán Luna

Análisis descriptivo:

El 62% de los encuestados, es decir 228 personas manifestaron que no conocen la existencia de un profesional que se dedique a la organización de eventos.

Pregunta 3:

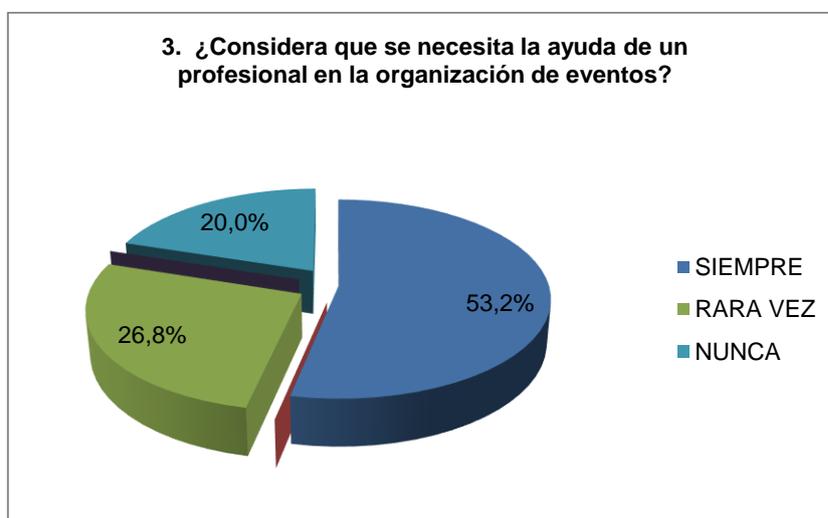
¿Considera necesario la ayuda de un profesional en la organización de eventos?

Cuadro N° 12: Necesidad de ayuda profesional

ALTERNATIVAS		TOTAL	%
3. ¿Considera necesario la ayuda de un profesional en la organización de eventos?	SIEMPRE	197	53,2
	RARA VEZ	99	26,8
	NUNCA	74	20,0
TOTAL		370	100,0

Fuente: Procesamiento de las encuestas
Elaborado por: Juan Andrés Merchán Luna

Gráfico N° 3: Necesidad de ayuda profesional



Fuente: Procesamiento de las encuestas
Elaborado por: Juan Andrés Merchán Luna

Análisis descriptivo:

Del 100% de los encuestados, únicamente el 20% (74 personas) expresaron que nunca necesitarían la ayuda profesional para la organización de eventos, sin

embargo 197 personas que representan el 53,2% expresaron que siempre necesita la ayuda de un profesional y el 26,8% consideran que rara vez.

Pregunta 4:

¿Piensa que es importante que Sucúa cuente con una empresa que se dedique a la organización de eventos sociales?

Cuadro N° 13: Importancia de creación de una empresa de eventos

ALTERNATIVAS		TOTAL	%
4. ¿Piensa que es importante que Sucúa cuente con una empresa que se dedique a la organización de eventos sociales?	SI	310	83,8
	NO	60	16,2
TOTAL		370	100

Fuente: Procesamiento de las encuestas
 Elaborado por: Juan Andrés Merchán Luna

Gráfico N° 4: Importancia de creación de una empresa de eventos



Fuente: Procesamiento de las encuestas
 Elaborado por: Juan Andrés Merchán Luna

Análisis descriptivo:

310 personas que representa el 83,8 de la población muestra, piensa que es importante que Sucúa cuente con una empresa que se dedique a la organización

de eventos, mientras que sólo el 16,6% (60 personas) indican que no están de acuerdo.

Pregunta 5

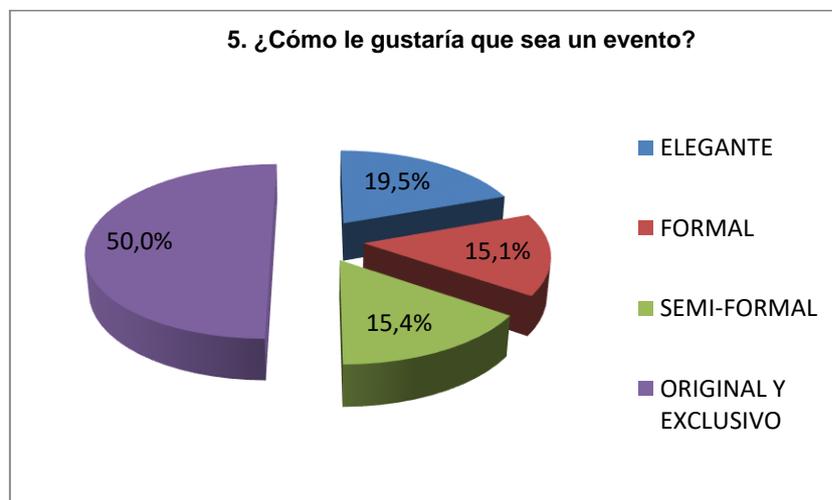
¿Cómo le gustaría que sea un evento?

Cuadro N° 14: Preferencias del cliente

ALTERNATIVAS		TOTAL	%
5. ¿Cómo le gustaría que sea un evento?	ELEGANTE	72	19,5
	FORMAL	56	15,1
	SEMI-FORMAL	57	15,4
	ORIGINAL Y EXCLUSIVO	185	50,0
TOTAL		370	100,0

Fuente: Procesamiento de las encuestas
Elaborado por: Juan Andrés Merchán Luna

Gráfico N° 5: Preferencias del cliente



Fuente: Procesamiento de las encuestas
Elaborado por: Juan Andrés Merchán Luna

Análisis descriptivo:

Sobre la preferencia que el 50% de los encuestados tiene, es que el evento sea original y exclusivo, mientras que 15,4% y el 15,1% prefieren que su evento sea

formal y semi-formal, respectivamente. Por otra parte, 72 personas que representa el 19,5% de la muestra, manifestó que su preferencia para el evento es que se elegante.

Pregunta 6:

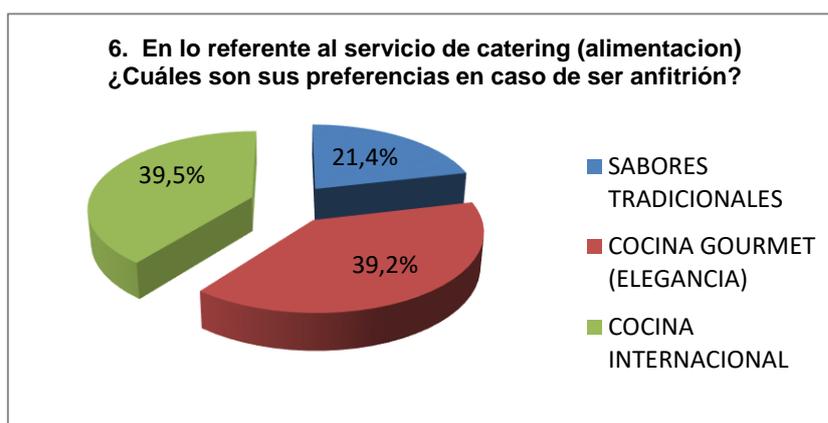
En lo referente al servicio de catering (alimentación) ¿Cuáles son sus preferencias en caso de ser anfitrión?

Cuadro N° 15: Preferencias en el servicio de catering

ALTERNATIVAS		TOTAL	%
6. En lo referente al servicio de catering (alimentación) ¿Cuáles son sus preferencias en caso de ser anfitrión?	SABORES TRADICIONALES	79	21,4
	COCINA GOURMET (ELEGANCIA)	145	39,2
	COCINA INTERNACIONAL	146	39,5
TOTAL		370	100,0

Fuente: Procesamiento de las encuestas
Elaborado por: Juan Andrés Merchán Luna

Gráfico N° 6: Preferencias en el servicio de catering



Fuente: Procesamiento de las encuestas
Elaborado por: Juan Andrés Merchán Luna

Análisis descriptivo:

Las preferencias en cuanto al servicio de catering (alimentación), se evidencia que existe una relativa paridad entre la preferencia de cocina internacional con

un 39,5% y la cocina gourmet (elegancia) con un 39,2% de preferencia; sin embargo la preferencia por los sabores tradicionales es de 21,4%.

Pregunta 7:

¿Qué tipo de evento considera que necesita ser asesorado por un profesional?

Cuadro N° 16: Evento para asesoramiento

	ALTERNATIVAS	TOTAL	%
7. ¿Qué tipo de evento considera que necesita ser asesorado por un profesional?	CUMPLEAÑOS	27	7,3
	REUNIONES EMPRESARIALES	26	7,0
	SEMINARIOS Y TALLERES	26	7,0
	REUNIONES FAMILIARES	100	27,0
	TODAS LAS ANTERIORES	191	51,6
TOTAL		370	100,0

Fuente: Procesamiento de las encuestas
Elaborado por: Juan Andrés Merchán Luna

Gráfico N°7: Evento para asesoramiento



Fuente: Procesamiento de las encuestas
Elaborado por: Juan Andrés Merchán Luna.

Análisis descriptivo:

De las 370 personas encuestadas, el 51,6% manifestó que en caso de realizar eventos como cumpleaños, reuniones familiares, seminarios y talleres,

reuniones empresariales necesitan asesoramiento de un profesional. Mientras que un porcentaje representativo de la muestra (27%) solo necesita para reuniones familiares.

Pregunta 8:

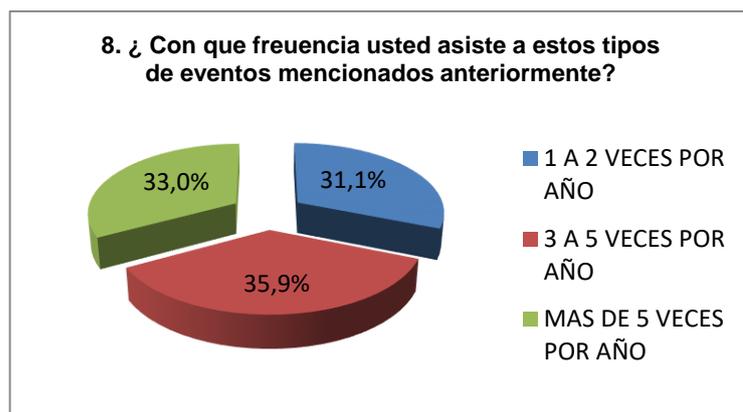
¿Con que frecuencia usted asiste a estos tipos de eventos mencionados anteriormente?

Cuadro N° 17: Frecuencia de asistencia a eventos

ALTERNATIVAS		TOTAL	%
8, ¿Con que frecuencia usted asiste a estos tipos de eventos mencionados anteriormente?	1 A 2 VECES POR AÑO	115	31,1
	3 A 5 VECES POR AÑO	133	35,9
	MAS DE 5 VECES POR AÑO	122	33,0
TOTAL		370	100,0

Fuente: Procesamiento de las encuestas
Elaborado por: Juan Andrés Merchán Luna

Gráfico N° 8: Frecuencia de asistencia a eventos



Fuente: Procesamiento de las encuestas
Elaborado por: Juan Andrés Merchán Luna

Análisis descriptivo:

El 35,9% de los encuestados, es decir 133 personas, asisten un promedio de 3 a 5 veces por año a eventos sociales. Por otra parte, el 33% asiste más de 5 veces por año a eventos sociales, mientras que el 31,1% asiste de 1 a 2 veces.

Pregunta 9:

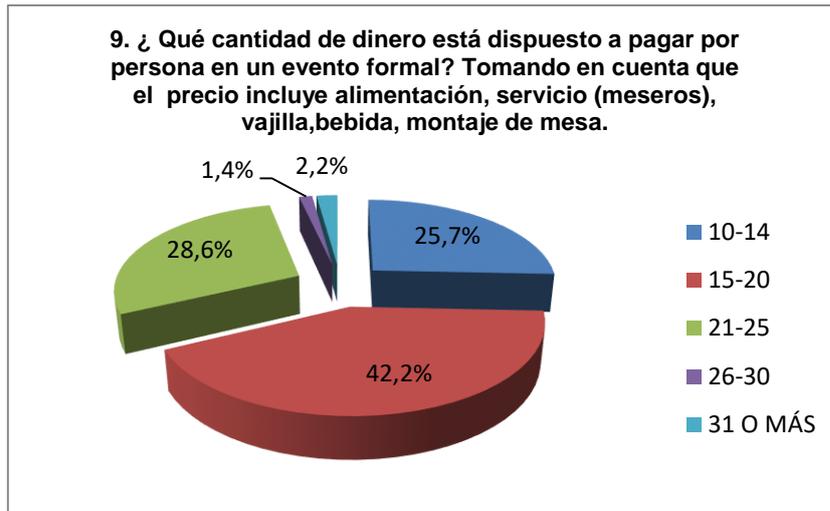
¿Qué cantidad de dinero está dispuesto a pagar por persona en un evento formal? Tomando en cuenta que el precio incluye alimentación, servicio (meseros), vajilla, montaje de mesas.

Cuadro N° 18: Presupuesto para gasto

ALTERNATIVAS		TOTAL	%
9. ¿Qué cantidad de dinero esta dispuesto a pagar por persona en un evento formal? Tomando en cuenta que el precio incluye alimentación, servicio (meseros), vajilla montaje de mesa.	10-14	95	25,68
	15-20	156	42,16
	21-25	106	28,65
	26-30	5	1,35
	31 O MÁS	8	2,16
TOTAL		370	100,0

Fuente: Procesamiento de las encuestas
Elaborado por: Juan Andrés Merchán Luna

Gráfico N° 9: Presupuesto para gasto



Fuente: Procesamiento de las encuestas
Elaborado por: Juan Andrés Merchán Luna

Análisis descriptivo:

El mayor número de encuestados (156 personas, que representa el 42,16%) manifestó que su gasto promedio por persona en un evento formal es de 15 a 20 dólares. 106 encuestados (28,65%) está dispuesto a gastar entre 21 y 25 dólares. Otro dato significativo, es que el 25,68%, o sea 95 personas, únicamente estarían dispuestos a gastar entre 10 y 14 dólares. Sin embargo, el 1,35% y el 2,16% de los encuestados expresó que gastaría entre 26 y 30 dólares y entre 31 dólares y más, respectivamente.

Pregunta 10:

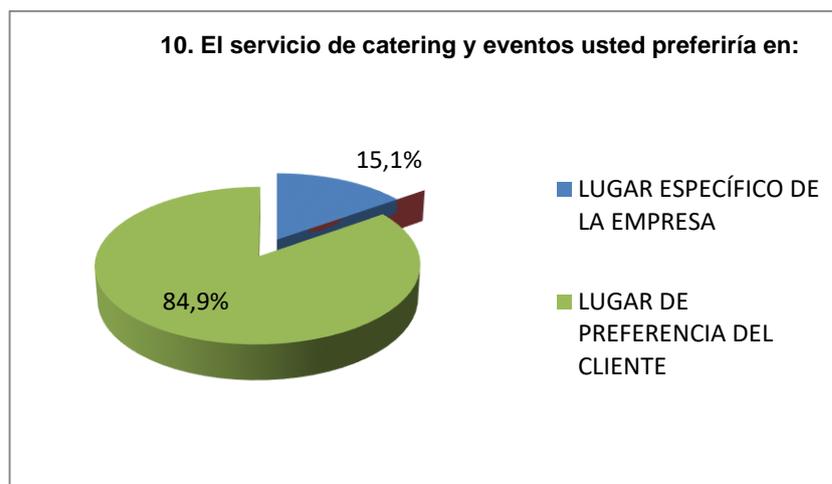
El servicio de catering y eventos, usted prefería en:

Cuadro N° 19: Lugar de servicio

ALTERNATIVAS		TOTAL	%
10. El servicio de catering y eventos Ud. preferiría en:	LUGAR ESPECÍFICO DE LA EMPRESA	56	15,1
	LUGAR DE PREFERENCIA DEL CLIENTE	314	84,9
TOTAL		370	100,0

Fuente: Procesamiento de las encuestas
Elaborado por: Juan Andrés Merchán Luna

Gráfico N° 10: Lugar de servicio



Fuente: Procesamiento de las encuestas
Elaborado por: Juan Andrés Merchán Luna

Análisis descriptivo:

El 84,9% de los encuestados tiene como preferencia de contar con el servicio de catering y eventos en el lugar que el cliente estime conveniente, mientras que el 15,1% manifestó que prefiere el lugar específico de la empresa.

2. Discusión de resultados

Una vez aplicadas las encuestas de la muestra estadística de 370 personas, correspondiente al universo de 4.933 referente a la PEA de la ciudad de Sucúa, se determinó las siguientes particularidades, en torno a la creación de una empresa de catering y eventos:

El 35.9% de los encuestados nos indican que al momento de cumplir un compromiso, su organización la realizan por costumbre. Mientras que por intuición o sugerencia aproximadamente se ubican el 50% del total de encuestados. Únicamente el 17%, es decir 63 personas manifestaron que organizan el evento con ayuda de un profesional. Los datos obtenidos en este punto, nos permite determinar que un profesional para la organización de eventos no está posesionada en el mercado, situación que está directamente vinculada a la inexistencia de un profesional en el cantón Sucúa según se establece por los resultados de la pregunta dos.

Otros datos importantes para determinar positivamente la factibilidad de la creación de la empresa, es que el 53,2% de los encuestados consideran que siempre es necesaria la ayuda de un profesional en la organización de eventos y el 83,8% piensa que en Sucúa debe existir una empresa que se dedique a la organización de eventos.

Para precisar el diseño del plan de empresas, fue imprescindible conocer las preferencias del cliente en cuanto al servicio de organización de eventos y de catering, observándose claramente que el 50% de los encuestados prefiere que

su evento sea original y exclusivo, mientras que el 39% prefiere los sabores de la cocina internacional, del mismo modo que los que prefieren la cocina gourmet. Por otra parte, el 78,6% de los encuestados manifiesta que necesita asesoramiento profesional para eventos como reuniones familiares, mientras que aproximadamente entre el 58,6 y el 58,9% necesita asesoramiento para fiestas de cumpleaños, reuniones empresariales y seminarios y talleres. Es necesario además, indicar que según las encuestas, el 84,9% de los encuestados prefiere que el evento sea atendido en el lugar que el cliente especifique.

Conocer estas variables nos proporciona las directrices para establecer el plan de marketing, el proceso de producción y la organización del talento humano con la finalidad de satisfacer la necesidad y preferencia específica del cliente.

Otro factor importante a considerar la creación de la empresa de catering y eventos, es el presupuesto que el cliente ha previsto que puede gastar al momento de realizar un evento, el mismo que se sitúa entre 15 y 20 dólares por persona. Sin embargo no podemos dejar de mencionar que todos los encuestados tienen disponibilidad de gasto.

Los resultados de las encuestas en cuando a la frecuencia de asistencia a eventos por parte de los encuestados, nos indica que en el cantón Sucúa se desarrollan permanentemente eventos de diversos tipos.

B. Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones:

1. La aplicación de encuestas fue la base principal para la elaboración del estudio de mercado, las mismas que se realizaron a la población económicamente activa de la ciudad de Sucúa, verificándose de esta manera que existe demanda de los servicios de catering y eventos.
2. Como resultado del procesamiento de los datos obtenidos en las encuestas, el estudio de mercado para la creación de la empresa de catering y eventos en el cantón Sucúa, se proyecta resultados positivos que sustentan la implantación del negocio, en vista de que la mayoría de la población encuestada considera necesaria la creación de la empresa.
3. A través de la observación de campo, se logró verificar que en el cantón Sucúa, no existe una empresa que brinde los servicios de catering y eventos de manera simultánea, sin embargo se pudo constatar que existen varios restaurantes que ofrecen únicamente el servicio de catering, y en cuanto a la organización de eventos, existe una empresa que solo brinda el servicio de alquiler de vajilla, cristalería, mantelería, mesas, sillas y otros complementos, pero no incluye el asesoramiento completo de un evento.

4. Un factor de suma importancia que se debe considerar para la creación de la empresa, es el presupuesto que el cliente considera gastar por cada persona al momento de realizar un evento.

5. La diversidad del servicio y la cobertura de eventos son los puntos estratégicos que la población considera para acceder a servicios de catering y eventos, ya que por la costumbre o por la falta de empresas de estas características, el cliente de referencia no accede al asesoramiento en la organización de eventos.

Recomendaciones

- Con el propósito de incrementar la demanda de los servicios ofertados, se recomienda implementar estrategias de plaza, precio, productos, promoción y servicio al cliente, para ofertar servicios y productos de calidad y acordes a la tendencia actual, directo a los consumidores y lograr posicionarnos en el mercado.

- La ubicación de la empresa debe ser en la zona comercial de la ciudad de Sucúa, con el fin de tener un mayor flujo de clientes.

- Al realizar el plan de inversión de la empresa, es imprescindible considerar aspectos importantes como la promoción de la empresa a través de los medios de comunicación de la zona, pago de impuestos, arriendo,

actualización de insumos para decoraciones, lanzamiento de la empresa, promociones.

- Para lograr un óptimo funcionamiento de la empresa enmarcada en el marco jurídico del Ecuador, se debe adoptar el tipo de Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada.

VI. PLAN DE EMPRESA

A. Objetivos del plan de empresa

- Crear una empresa prestadora de servicios de catering y eventos como una alternativa exclusiva para la organización y atención de eventos en el cantón Sucúa.
- Satisfacer las necesidades de consumo de los clientes a través de la oferta de servicios de catering y organización de eventos
- Posesionar a la empresa de catering y eventos en el mercado cantonal y provincial promoviendo la calidad e innovación de los servicios ofertados
- Promover la dinámica económica del cantón Sucúa al implementar fuentes de trabajo

B. Estudio de mercado

1. Demanda

1.1. Demanda Actual

La demanda actual nos permite conocer a futuro cuál será el mercado que está disponible para consumir el servicio ofertado, y se procedió a considerar las encuestas como sustento, eligiendo la pregunta relacionada directamente con el consumidor actual, que es: ¿Piensa que es importante

que Sucúa cuente con una empresa que se dedique a la organización de eventos sociales?:

Cuadro N° 20: Importancia de creación de una empresa de eventos

ALTERNATIVAS		TOTAL	%
4. ¿Piensa que es importante que Sucúa cuente con una empresa que se dedique a la organización de eventos sociales?	SI	310	83,8
	NO	60	16,2
TOTAL		370	100

Fuente: Procesamiento de las encuestas
Elaborado por: Juan Andrés Merchán Luna

El cálculo de la demanda actual del servicio, está dado por el N° de Población Económicamente Activa para el año 2013 (según las proyecciones realizadas) en el cantón Sucúa que es de 4933 personas y los porcentajes o N° de personas que consideran la creación de la empresa de catering y eventos, es decir 83,85% (310 personas).

U= población PEA 4933

N= muestra 370

Demanda actual= 4.933 PEA (universo) X 83,85% (nivel de aceptación)

Demanda actual= 4.136 personas

El resultado anterior, es decir 4.136 personas, piensan que es importante la creación de una empresa que se dedique a la organización de eventos en el cantón Sucúa y representan la demanda actual del proyecto.

1.2. Demanda futura

La siguiente fórmula nos permitió proyectar la demanda futura:

$$DF = DA(1+i)^n$$

DF = Demanda futura
DA = Demanda actual
1 = Constante
i = % de crecimiento poblacional (0.012)
n = # de años
DA = 10
1 = 1
i = 1.2% (0.012)

Cuadro N° 21: Demanda futura

No.	PERÍODOS	DETERMINACIÓN	DEMANDA FUT.
1	2013	DF= 4933(1+0,012) ⁰	4.933
2	2014	DF= 4933(1+0,012) ¹	4.992
3	2015	DF= 4933(1+0,012) ²	5.051
4	2016	DF= 4933(1+0,012) ³	5.111
5	2017	DF= 4933(1+0,012) ⁴	5.175
6	2018	DF= 4933(1+0,012) ⁵	5.236
7	2019	DF= 4933(1+0,012) ⁶	5.299
8	2010	DF= 4933(1+0,012) ⁷	5.363
9	2021	DF= 4933(1+0,012) ⁸	5.427
10	2022	DF= 4933(1+0,012) ⁹	5.492
TOTAL			52.079

Fuente: Procesamiento de las encuestas
Elaborado por: Juan Andrés Merchán Luna

Según los datos obtenidos del cálculo de la demanda futura con un incremento del 12% en un tiempo de 10 años desde el año 2013 hasta el año 2022 se ha podido determinar que el total de los demandantes futuros es de 52.079.

2. Oferta

2.1. Oferta actual

Con la finalidad de realizar el presente estudio, se procedió a analizar la existencia de empresas que expendan servicios similares en el cantón Sucúa, determinándose que no existe una empresa que oferte los servicios de catering y eventos como tales, por lo tanto no se puede hacer un relación en cuanto a los precios ni a la frecuencia de uso de los servicios ofertados.

Sin embargo es necesario tomar en cuenta que la oferta actual si incluye el servicio de alimentación que ofrecen algunos restaurantes de la zona, pero que según las preferencias de los encuestados tiene preferencia por la cocina gourmet y cocina internacional, que de acuerdo a la observación de campo se determinó que existe un solo restaurante (Ronco's Restaurante) que ofrece este tipo de cocina, mientras que en lo referente a la organización de eventos, únicamente existe un local en donde se alquila vajilla, cristalería, mantelería, y otros menajes para eventos. Los precios del servicio de alimentación (catering) ofertado por "Ronco's Restaurante" están el promedio de 8,50 dólares por persona.

2.2. Análisis de la oferta

El cálculo de la oferta se basó en la Población Económicamente Activa de Sucúa, considerando los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a las personas mayores de 18 años por su capacidad de pensar y actuar.

Frecuencia de asistencia a eventos

Cuadro N° 22: Frecuencia de asistencia a eventos

Frecuencia	PEA	%	Preferencia
1 a 2 veces por año	4933	31,1	1.534
3 a 5 veces por año		35,9	1.771
más de 5 veces por año		33	1.628
TOTAL		100	4.933

Fuente: Procesamiento de las encuestas
Elaborado por: Juan Andrés Merchán Luna

1.771 personas asisten de 3 a 5 veces por año a un evento, 1.628 personas asisten más de 5 veces por año, mientras que 1.534 personas asisten de 1 a 2 veces por año.

Determinación del precio

El cuadro que se detalla a continuación son precios referenciales, ya que el costo de producción y precio de venta al público lo determinamos en el estudio financiero.

Cuadro N° 23: Presupuesto para gasto persona/evento

Presupuesto	PEA	%	Preferencia
10 a 14 dólares	4933	25,68	1.267
15 a 20 dólares		42,16	2.080
21 a 25 dólares		28,65	1.413
26 a 30 dólares		1,35	67
31 o más		2,16	107
TOTAL		100	4.933

Fuente: Procesamiento de las encuestas
Elaborado por: Juan Andrés Merchán Luna

Otro dato importante para el análisis de la oferta, es que todos los encuestados tienen un presupuesto para el gasto en un servicio por cada persona invitada. Por lo que lo que se debería ofertar varios paquetes de acuerdo a la capacidad de gasto del cliente.

C. Estudio técnico

1. Tamaño de la empresa

La empresa de catering y eventos según el tamaño se constituiría en una pequeña empresa, ya que tendrá a su cargo 10 trabajadores ocasionales, que se encuentra bajo el rango de 10 a 49 trabajadores que estipula la conformación de una pequeña empresa.

La empresa a implementarse es de servicios, perteneciente al sector terciario, de derecho privado y su capital aportado se conforma mediante la participación de tres personas naturales.

2. Localización del proyecto

2.1. Macro localización

La empresa de catering y eventos, se encuentra ubicada en la ciudad de Sucúa, cantón Sucúa, provincia de Morona Santiago en la República del Ecuador.

La ciudad de Sucúa, se encuentra a 348 kilómetros desde Quito, la capital del Ecuador, siendo su ubicación geo-referencial:

SALIDA	GPS – Coordinado
Quito	Latitud -0°22'31" Longitud -7° .5'12"
LLEGADA	GPS – Coordinado
Sucúa	Latitud -2°2.'46" Longitud -7° .5'17"

Figura N° 3: Mapa de la ciudad de Sucúa



Fuente: Dirección de Avalúos y Catastros - GMCS

Elaborado por: Equipo técnico Dir. Avalúos y Catastros

Como podemos apreciar, la zona comercial de la Ciudad de Sucúa está dividida en tres sectores, como sector norte Z1, centro Z2 y sur Z2, por lo que la empresa de catering y eventos se encuentra en el sector norte Z1, en el barrio norte de esta ciudad, a una cuadra del parque central en las calle Edmundo Carvajal entre Serafín Solís y Efrén Zúñiga.

2.2. Micro Localización

Los factores locacionales en torno a la creación de la empresa de catering y eventos, la misma que está ubicada en Sucúa en el barrio Norte deben establecer la directrices específicas del sector seleccionado.

- **Infraestructura adecuada:**

Para el proceso de prestación del servicio de catering y eventos se debe contar con espacio que responda a las necesidades de los procesos que se van a desarrollar, por lo tanto para la implementación y desarrollo de la empresa se posee instalaciones amplias, en la zona comercial norte de la ciudad de Sucúa.

- **Servicios Básicos:**

En el barrio Norte de la ciudad de Sucúa, se dispone de todos los servicios básicos, como:

- Agua potable
- Energía eléctrica
- Telefonía
- Redes de alcantarillado (sanitario y pluvial)
- Internet

Agua Potable: este recurso es de vital importancia para el desarrollo de las actividades de la empresa. El consumo de agua potable será cancelado mensualmente a la Empresa Municipal de Agua Potable.

Energía eléctrica: este servicio permite que todos los equipos dentro del proceso de producción de la empresa funcionen óptimamente, por lo tanto es imprescindible tener a disposición este servicio.

Telefonía fija y celular: el sector seleccionado para la empresa de catering y eventos, tiene total cobertura del servicio de telefonía fija (CNT) y celular (MOVISTAR, CLARO, ALEGRO). Al momento se dispone de una línea telefónica fija y celular.

Alcantarillado sanitario y pluvial: en el sector a implementarse la empresa se dispone eficientemente de redes de alcantarillado sanitario y pluvial, que permite que los niveles de salubridad sean óptimos y no se presente ningún inconveniente en cuanto al desfogue de aguas servidas y de lluvia.

Internet: este servicio es importante para fortalecer y agilizar las relaciones con los clientes, proveedores y otros actores, por lo cual se debe proceder a contratar el servicio con el proveedor que preste mejores condiciones para la empresa.

- **Seguridad:**

La seguridad para el cliente externo estaría totalmente garantizada, ya que en el barrio Norte se dispone de vías de acceso pavimentadas con la respectiva señalización, así como el fácil acceso para personas con capacidades especiales. Por otra parte, al estar ubicado a cuadra y media del parque central, es de fácil y rápido acceso de policía, bomberos y servicios médicos. En referencia a la seguridad del

personal, la empresa debería implementar medidas de seguridad industrial, con la finalidad de reducir al mínimo el índice de emergencias dentro del personal.

- **Entorno ecológico:**

Para la empresa uno de los principales comportamientos, es mantener una armonía con el ambiente, por lo tanto se debe propender a consolidar hábitos para el tratamiento adecuado de los residuos sólidos (basura), tener prácticas de reciclaje y la utilización de productos e insumos orgánicos.

- **Vías de comunicación y transporte:**

Al ser Sucúa una ciudad en crecimiento, se dispone de vías de comunicación en buen estado tanto para acceder a la ciudad como al sitio mismo de ubicación de la empresa, lo que permite reducir el tiempo de traslado tanto de los productos como de los clientes. Y como consecuencia del buen estado de las vías, los medios de transporte han mejorado notablemente su servicio, con agilidad y buen trato.

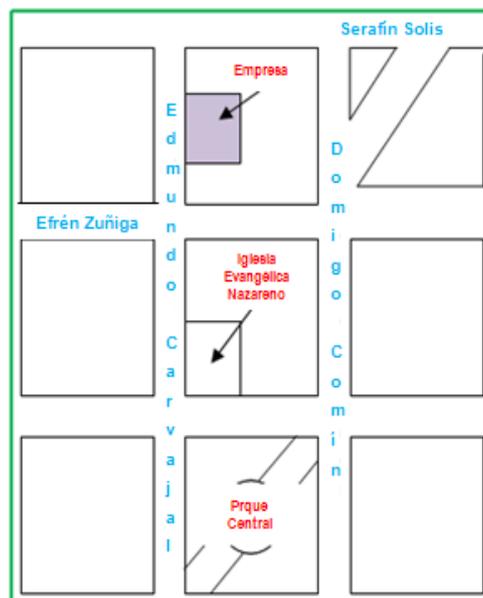
2.3. Plano de la micro localización

Todo el análisis anterior, nos permitió establecer la localización óptima para el proyecto, ya que se tiene a disposición todos los servicios para lograr que la atención al cliente externo e interno sea óptima.

Por lo tanto, el proyecto estará ubicado en:

PAÍS: ECUADOR
REGIÓN: AMAZONÍA
PROVINCIA: MORONA SANTIAGO
CANTÓN: SUCÚA
PARROQUIA: SUCÚA
BARRIO: NORTE

Gráfico N° 11: Croquis de ubicación de la empresa



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Juan Andrés Merchán Luna

3. Organización de la empresa

3.1. Nombre y razón social

La denominación de la empresa de catering y eventos se debe a que “sirloy” significa lomo fino en idioma francés, y como nuestros menús incluyen lomo fino en varias preparaciones. La razón social es SIRLOY.

Marca

Logotipo:



Elementos compositivos de la marca

Es un componente icónico, porque estamos utilizando unos cubiertos como portada principal para identificar el establecimiento.



Esta imagen fue utilizada por ser los elementos principales: cubiertos, plato base, para realizar un evento social y de catering, una manera interesante de atraer comensales.

Significado de la marca

Negro: Es un color enigmático, asociado con el poder, la elegancia, formalidad, representando así la fortaleza y la seriedad que se desea proyectar.

Blanco: Se le asocia con la frescura y la limpieza, tiene una connotación positiva. Puede representar un inicio afortunado.

Tipografía de la marca

La tipografía utilizada en la marca, es Brush Script MT, es una variedad de letra muy llamativa, legible, manuscrita, con una gran elegancia y visibilidad, mostrando así una forma sutil del imagotipo. Su tamaño de letra varía de acuerdo a los usos que se les exponga.

Sirlo *Catering y Eventos* Se escogió este nombre por el significado en francés que es lomo fino, uno de los principales ingredientes para nuestras propuestas gastronómicas, demuestra elegancia, fuerza, fácil de recordar.

Eslogan de la marca

Hacemos de sus eventos un gran éxito y de usted un invitado.

El eslogan surge de una frase de motivación, por ser llamativo y memorable que en cortas palabras puede especificar lo que se está queriendo

contextualizar para la empresa, siendo muy fácil de recordar e incitar al consumo del producto. La tipografía utilizada en el eslogan es Viner Hand ITC.

3.2. Titularidad de la empresa

Para la conformación de la empresa, la figura legal requerida según la Ley de Compañías del Ecuador es la Sociedad de Responsabilidad Limitada, la misma que se contrae entre tres o más personas, que responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva.

3.3. Requisitos para el funcionamiento de la empresa

3.3.1. Obtención del RUC

- Copia de RUC
- Nombramiento de Representante Legal o Gerente
- Copia de cédula de ciudadanía y papeleta de votación del Representante Legal.
- Llenar formulario de inicio de actividad

3.3.2. Constitución de la Sociedad de responsabilidad mixta

La constitución de una compañía de responsabilidad limitada requiere necesariamente de escritura pública y de la aprobación de la Superintendencia de Compañías, que la dará si encuentra que se han cumplido las exigencias legales.

La misma entidad ordenará la publicación de un extracto de la escritura en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la compañía y la inscripción de la escritura en el Registro Mercantil. Dicha inscripción marca el principio de existencia de la compañía.

La aprobación de la escritura de constitución será solicitada a la Superintendencia por los administradores o por las personas que hubieren sido designadas en la misma escritura, dentro de treinta días de suscrito el contrato.

Para la constitución de esta compañía se necesita un mínimo de tres socios y un máximo de quince socios.

3.3.3. Obtención de la patente municipal

- Certificado de Uso y Ocupación de suelo y Permiso de Funcionamiento de las actividades económicas (Dirección de Urbanismo)
- Copia de la cédula de identidad y certificado de votación
- Copia del Ruc
- Certificado de no adeudar a la municipalidad

- Certificado de artesano calificado (en caso de serlo)
- Para el caso de personas naturales o jurídicas que llevan contabilidad, deberá presentar la declaración del impuesto a la renta del año inmediato anterior

3.3.4. Permiso de funcionamiento y uso del suelo

- Copia de la cédula
- Certificado de votación

3.3.5. Permiso de funcionamiento de los Bomberos

- Certificado de Uso y Ocupación de suelo y Permiso de Funcionamiento de las actividades económicas (GMCS)
- Copia de la cédula de identidad y certificado de votación

3.3.6. Obtención del permiso sanitario de funcionamiento del local

- Certificado médico
- Copia del RUC
- Copia de documentos personales
- Permiso de funcionamiento de Bomberos

3.4. Descripción de la empresa

“Sirloy” es una empresa cuyo principal componente es la oferta de servicios de catering (alimentación) en una exquisita mezcla de sabores internacionales, tradicionales y gourmets, con una alternativa innovadora para nuestros clientes, a la vez que al ofertar el servicio de organización y asesoramiento para eventos, abrimos una ventana al exterior para quienes requieren de nuestros servicios, permitiendo combinar estos 2 mundos que son parte de nuestro diario convivir.

Para llegar de manera eficiente y eficaz a nuestros clientes, pero en especial, con una atención personalizada para lo cual es importante implementar desde el inicio un sistema de mejora continua en nuestros procesos pero en especial en nuestro talento humano, en el servicio de catering (alimentación y eventos Sirloy).

Los servicios ofertados por la empresa Sirloy, tienen como valor agregado la actualización continua de técnicas gastronómicas y de organización de eventos, sumada a esto el personal seleccionado y altamente capacitado.

El proyecto, comienza con una cobertura inicial de la cabecera cantonal del cantón Sucúa, para luego proyectarse a la zona de influencia inmediata como es la ciudad de Macas y ciudad de Logroño.

La empresa “Sirloy” funcionará en un local de 210,10 metros cuadrados, que tiene la capacidad suficiente el funcionamiento del área de cocina totalmente equipada en un área de 18,90 metros cuadrados, guardándose

el espacio suficiente para las mesas de trabajo, estantes de herramientas y utensilios y áreas de tránsito.

El local donde funcionará la bodega para el servicio de catering y atención de eventos, tiene capacidad para almacenar 250 sillas, 200 mesas, mantelería, elementos decorativos

4. Ingeniería del servicio

4.1. Descripción del servicio

La empresa de catering y eventos “Sirloy” en el cantón Sucúa es una compañía de responsabilidad limitada de servicios comerciales que tiene como principal actividad la atención al cliente satisfaciendo las necesidades en lo referente a:

- Servicio de catering (alimentación) con diferentes menús de acuerdo a la necesidad, preferencia y presupuesto del cliente, entre otros compromisos como:
 - Cocktails
 - Recepciones
 - Buffets
 - Comidas o banquetes
 - Inauguraciones
- Servicio de eventos, que consiste en brindar asistencia en la planificación, montaje y ejecución de eventos, tales como:

- Eventos empresariales: ferias, congresos, capacitaciones, aniversarios, encuentros de negocios y más
- Eventos culturales y religiosos: festivales, conmemoraciones, exposiciones, reconocimientos, mesas de debate, primeras comuniones, bautizos, etc.
- Eventos sociales: cumpleaños, matrimonios, baby shower, fiestas infantiles, aniversarios, fiestas temáticas, graduaciones, entre otros.
- Eventos deportivos: competencias, torneos, premiaciones, etc.
- Eventos escolares: festivales, ferias, kermeses.

El cliente tendrá a disposición dentro de una sola empresa, asesoramiento sobre:

- Presupuesto del evento
- Alternativas de menús, bocaditos, licores
- Selección de pasteles, postres y afines
- Montaje de mesas
- Alquiler de vajillas, cristalería, mantelería
- Servicio de meseros
- Diseño y elaboración de invitaciones
- Servicio de mensajería para entrega de invitaciones
- Decoraciones de salones, iglesias u otros lugares según requerimiento del cliente

- Ambientación musical según el tipo de evento
- Sonido
- Asesoramiento de imagen para anfitriones
- Asesoramiento en etiqueta y protocolo
- Memorias fotográficas y de video del evento
- Opciones de traslado para los anfitriones
- Animadores

4.2. Especificaciones técnicas:

- La empresa de catering y eventos “Sirloy” contará con una oficina de atención al cliente y relaciones con los proveedores, la misma que tendrá los siguientes horarios de atención: de lunes a sábado desde las 8H00 hasta las 12H00, en la mañana, y por la tarde de 15H00 hasta las 20H00. En caso de que un cliente lo requiera, se procederá a atenderlo fuera del horario establecido.
- Los utensilios de cocina, vajillas, cristalería, mantelería, menaje de decoración y otros insumos, así como los productos utilizados en la preparación de los menús, serán de la mejor calidad y de acuerdo al evento que se atiende, siempre garantizando aspectos como seguridad para el cliente (interno y externo), comodidad, buen gusto y precios cómodos.

- Los ambientes de la empresa (cocina, oficina y bodegas de almacenamiento) deberán tener las seguridades que exigen todas las normas vigentes, con la finalidad de garantizar la seguridad y comodidad del cliente interno y cliente externo.
- La presentación de los empleados de la empresa, será con la utilización de uniformes que vayan acorde al evento al cual se vaya a atender, siempre manteniendo buena presencia, limpieza, buen trato y discrecionalidad.
- Una vez contratado el servicio, estará bajo responsabilidad y custodia directa del cliente la vajilla, cristalería, mantelería, menaje de decoración y
- otros (según se especifique en el contrato).

4.3. Clientes

Los clientes constituyen para un negocio el fuerza que dinamiza el proceso de oferta – demanda, por lo tanto para el éxito de la empresa de catering y eventos, es necesario establecer estrategias de comunicación, precios y calidad.

Los clientes que va a tener la empresa es el grupo de la clase media y alta que están de la población económicamente activa de la ciudad de Sucúa.

4.3.1. Relación con el cliente

La relación con el cliente, debe basarse en principios como:

- El cliente siempre tiene la razón
- Respetar los gustos y preferencia de los clientes

Así como también es necesario considerar valores, como:

- Honradez
- Trabajo en equipo
- Calidad y calidez

El cliente debe conocer de manera detallada y específica, el servicio que ha contratado con la empresa, en donde se puntualiza todas las características

4.3.2. Determinación de presupuestos

Para la determinación de presupuesto dentro la empresa “Sirloy”, es de vital importancia considerar aspectos relacionados al comportamiento del cliente, a su presupuesto y a la necesidad misma al momento de planificar el evento, por lo que la empresa pondrá diseñara presupuestos con costos reales que permitan al cliente tener alternativas. Por lo que se ha considerado la categorización del presupuesto en tres opciones, según el siguiente detalle:

Cuadro N° 24: Presupuesto por categoría de servicio

CATEGORÍA	Presupuesto USD /persona	Menús	Bebidas	Servicios Complementarios
Gold	21 – 25	<ul style="list-style-type: none"> - Dos o tres tipos de carne - Guarniciones exóticas - Bocaditos fríos y/o calientes - Bocaditos dulces - Pastel 	<ul style="list-style-type: none"> - Agua tónica y/o güitig - Hielo - Limones - Meseros para el servicio de licor 	<ul style="list-style-type: none"> - Discomóvil - Animador - Iluminación - Cena de aniversario o conmemoración - Organización del evento
Platinum	15 – 20	<ul style="list-style-type: none"> - Uno o dos tipos de carne - Pastel 	<ul style="list-style-type: none"> - Güitig - Hielo - Limones 	<ul style="list-style-type: none"> - Disco Móvil - Iluminación - Maestro de ceremonia
Simple	10 – 14	<ul style="list-style-type: none"> - Un tipo de carne - Menús simples 	<ul style="list-style-type: none"> - Hielo - Limones - Agua 	<ul style="list-style-type: none"> - Disco Móvil - Iluminación

Fuente: Procesamiento de las encuestas
Elaborado por: Juan Andrés Merchán Luna

Todas las categorías de servicio, incluyen decoración y menaje (mesas, sillas, mantelería, cubertería, cristalería). La característica principal de las categorías es dotar de un servicio impecable, con personal capacitado, ofrecer a los clientes y sus invitados un buen trato, puntualidad y sobre todo responsabilidad por los compromisos asumidos, como carta de presentación de la empresa.

4.3.3. Costos, precios

Los costos estarán determinados en torno a los proveedores, ya que serán ellos quienes ofertaran a la empresa los materiales, insumos y/o servicios, para lo cual la empresa “Sirloy” deberá escoger las mejores opciones a través de las respectivas cotizaciones y proformas. Para el

escogimiento de las mejores opciones, se analizará condiciones como: calidad del producto ofertado, cumplimiento de plazos en la entrega, historia del proveedor, precios y permanencia en la proveeduría del producto y/o servicio.

El precio final está condicionado directamente al costo de los productos o servicios que provean, sin embargo la empresa considerará la mejor opción para no encarecer los precios al consumidor final, que irán dentro de las categorías antes descritas.

4.3.4. Confirmación del evento

Una vez que se fije la categoría del servicio que el cliente requiere y las condiciones en las cuales se planificará y desarrollará el evento, el cliente debe firmar un contrato de servicio con la empresa y realizar un pago anticipado del 50% del monto total del contrato y una vez finalizado el evento (no más de 24 horas posteriores al evento) se cancelará el 50% restante.

4.3.5. Degustaciones

Cuando el evento contratado por el cliente consta de menú y/ pastel, éste y dos acompañantes tienen la oportunidad de degustar los platos con los menús escogidos y/o el pastel, con la finalidad de que se realicen las observaciones respectivas y los posibles cambios. Esta degustación será

en un tiempo anterior al evento, dependiendo de las condiciones del contrato.

4.4. Proveedores

Determinar quienes serán los proveedores de la empresa es un paso importante dentro del diseño de las especificaciones técnicas, ya que de la calidad de la materia prima y la estabilidad en las redes de proveeduría depende la calidad de los servicios ofertados por la empresa de catering y eventos, así como en la permanencia en el mercado local.

Por lo tanto, es necesario establecer redes con proveedores locales, y en caso de no existir, con proveedores directos de ciudades cercanas, que cumplan condiciones como:

- Prestigio reconocido
- Precios bajos y competitivos
- Productos y/o servicios de buena calidad
- Estabilidad en la producción y/o servicio
- Cumplimiento de plazos para la entrega
- Facilidad de pago

De estas condiciones depende la calidad del servicio que la empresa oferta.

La relación con los proveedores escogidos, será en base al tipo de evento que se va a desarrollar, para lo cual se establecerá las condiciones específicas del servicio y/o producto necesario para el evento.

Dentro del área de implementación de la empresa, los potenciales proveedores para la empresa serían:

Cuadro N° 25: Proveedores

PROVEEDORES	PRODUCTOS
Sra. Ismenia Andrade	Flores
Comisariato ROYAL	Insumos para los menús, materiales de limpieza, licor
Sr. Luis Lema	Fotografía
Promesas El Cura	Disco Móvil, artistas
Sra. Jenny Añazco	Pastelería
Srta. Martha Masana	Maestro de ceremonias
Hostería Luz Celinda	Salón de Eventos
Hostería Arutam	Salón de Eventos

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Juan Andrés Merchán Luna

4.5. Canales de distribución

Partiendo de la consideración general de que “canal de distribución es el conjunto de medios para que el cliente pueda acceder a un servicio o producto en las condiciones idóneas”, la empresa de catering y eventos “Sirloy” utilizará netamente el canal de distribución basado en la interrelación directa con los clientes, sin la presencia de intermediarios.

Las modalidades para acceder a nuestros servicios y que faciliten la relación “productor – cliente”, se tendrá una modalidad de crédito corporativo mediante alianzas estratégicas y línea de crédito a 30 días con garantías (cheque pos-fechaado, tarjetas de crédito) acordadas con el cliente.

Para lograr una efectiva comercialización de los productos ofertados, los clientes podrán acceder a la contratación del servicio a través de los medios como:

- **Vía telefónica:** Los clientes serán atendidos vía telefónica por el personal de la empresa para contratar los servicios que requiera cubriendo todas las necesidades e inquietudes, facilitando el proceso de contratación y optimización del tiempo para el cliente.
- **Visita a las instalaciones de la Empresa:** Los clientes podrán acercarse hasta las instalaciones de la empresa para acceder a la oferta de servicios, dándole a esta opción, un toque más personalizado en la atención al cliente así como la verificación de la calidad de los productos ofertados.
- **Alianza corporativa:** En referencia a esta opción de comercialización, se permite que las empresas o instituciones que deseen contratar los servicios de la empresa “Sirloy”, tengan una atención directa de los ejecutivos de nuestra empresa, a través de

una visita exclusiva para la oferta de opciones y la firma del contrato de prestación de servicios.

4.6. Estrategias de comunicación

La empresa “Sirloy” ha determinado que como estrategias de comunicación la campaña publicitaria a través de tarjetas de presentación, letreros, anuncios radiales, internet, con la finalidad de cubrir de esta manera a la mayoría de los clientes potenciales y sobre todo crear una imagen en la población de la zona de influencia.

- **Tarjeta de presentación:** las tarjetas de presentación serán entregadas a las personas, empresas o instituciones que de alguna manera tengan una relación con nuestra empresa o a su vez, la soliciten.



Elaborado por: Juan Andrés Merchán Luna

- **Anuncio publicitario radial:** se procederá a contratar mensualmente los servicios de la radio local que posee una

cobertura provincial para la difusión de un anuncio publicitario con todos los datos importantes para la promoción de los servicios y productos de la empresa “Sirloy”.

“Catering y Eventos Sirloy ofrecemos todo para tu evento social: decoración, animación, vajilla, servicio de meseros, sonido, realizamos: matrimonios, cumpleaños, bautizos, etc, hacemos de tu evento un éxito y de ti un invitado, estamos ubicados en las calles Edmundo Carvajal y Efrén Zúñiga para mayor información llámanos al 0997613693 será un placer atenderte

”

- **Página web:** otro medio de promoción importante, es la implementación de una página web de la empresa, donde se exponga claramente los servicios, productos, fotografías, estilos de decoración, buzón de sugerencias, entre otros recursos que posee la empresa “Sirloy”. Esta página debe ser actualizada permanentemente para un mejor servicio a los potenciales clientes.

www.cateringyeventossirloy.com

- **Redes sociales:** la comunicación a través de las redes sociales, como facebook, twitter, instagram, entre otras, son un medio importante para la promoción de los servicios y productos, por lo

que se aprovecharía totalmente estas opciones, con la creación de cuentas de acuerdo a la necesidad.

- **Letreros:** como parte de la comunicación visual, es imprescindible la colocación de letreros con información de nuestra empresa en lugares estratégicos de la ciudad, como por ejemplo: en los accesos norte y sur de la ciudad de Sucúa, en los recintos de concentración ciudadana, en el local de la empresa.



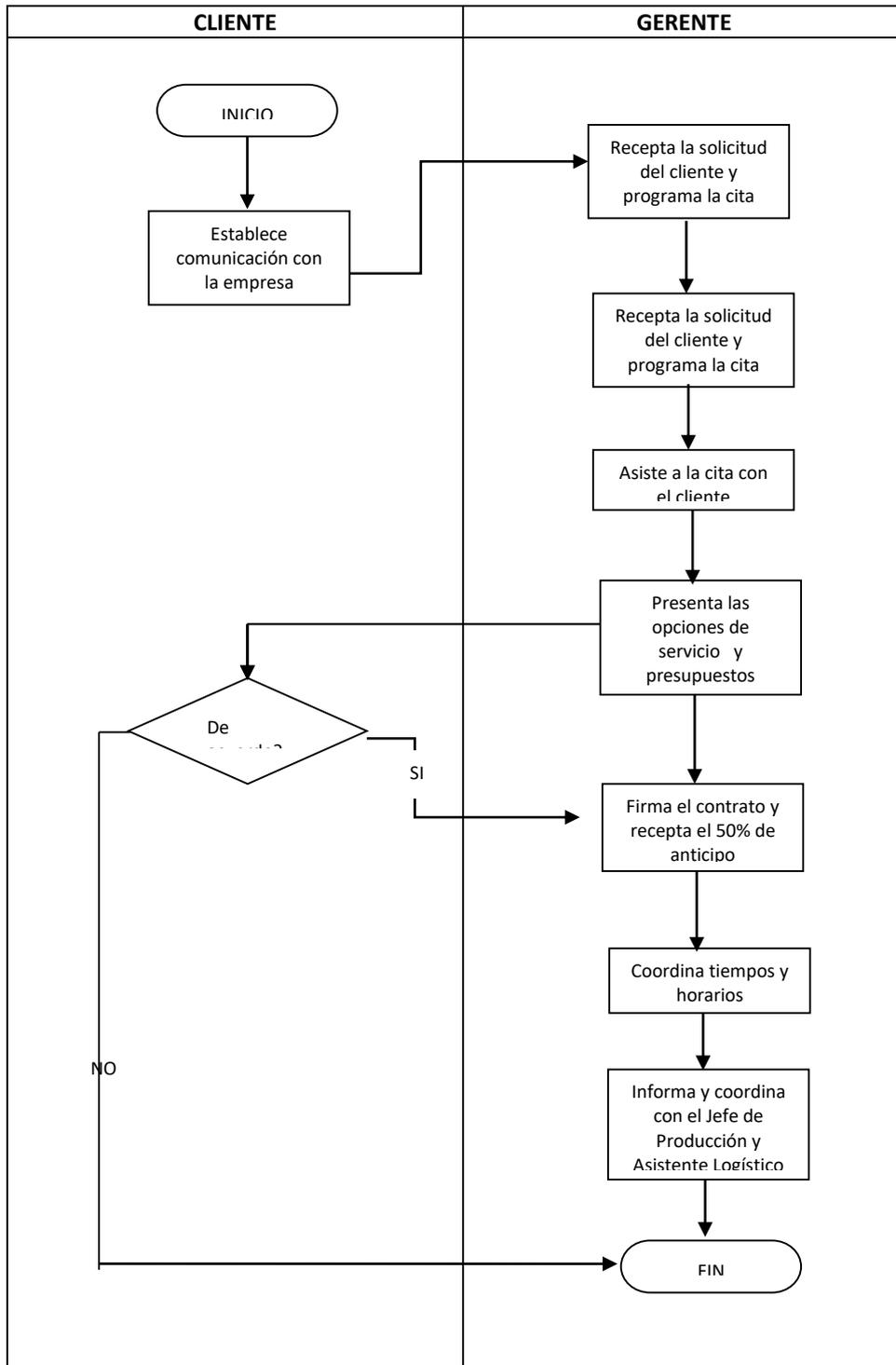
Elaborado por: Juan Andrés Merchán Luna

4.7. Flujogramas de procesos

Los Flujogramas de procesos nos permiten describir el desarrollo de las actividades de una organización empresarial, diferenciado los eslabones que intervienen en un proceso.

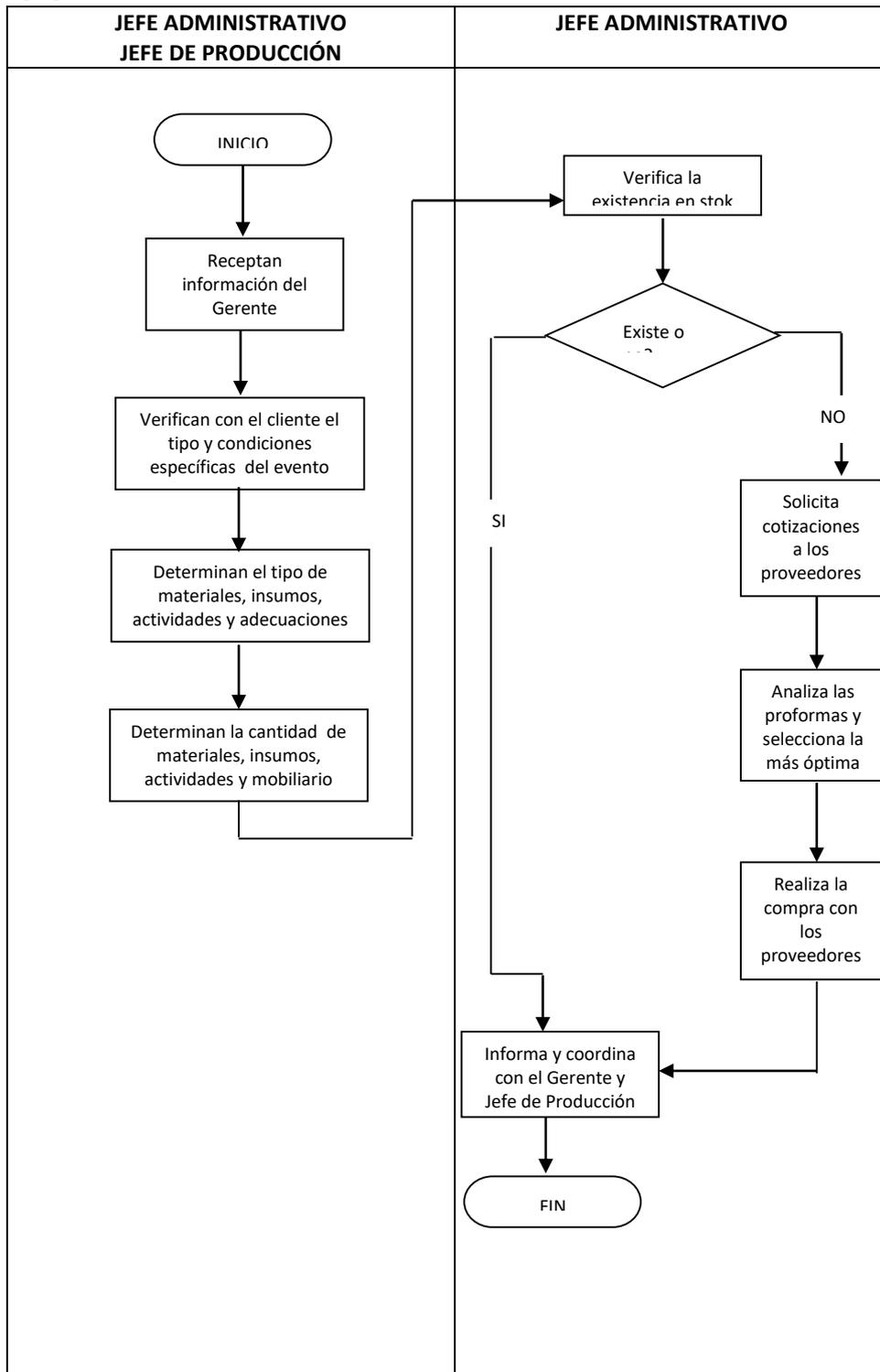
De este concepto, podemos diseñar los flujogramas de procesos de la empresa “Sirloy” con la finalidad de lograr la eficiencia en el aprovechamiento de los recursos que se dispone y ampliar el margen (diferencia entre el valor total con el costo de las actividades).

Gráfico No. 12: DIAGRAMA DE FLUJO - RECEPCIÓN DE PEDIDOS



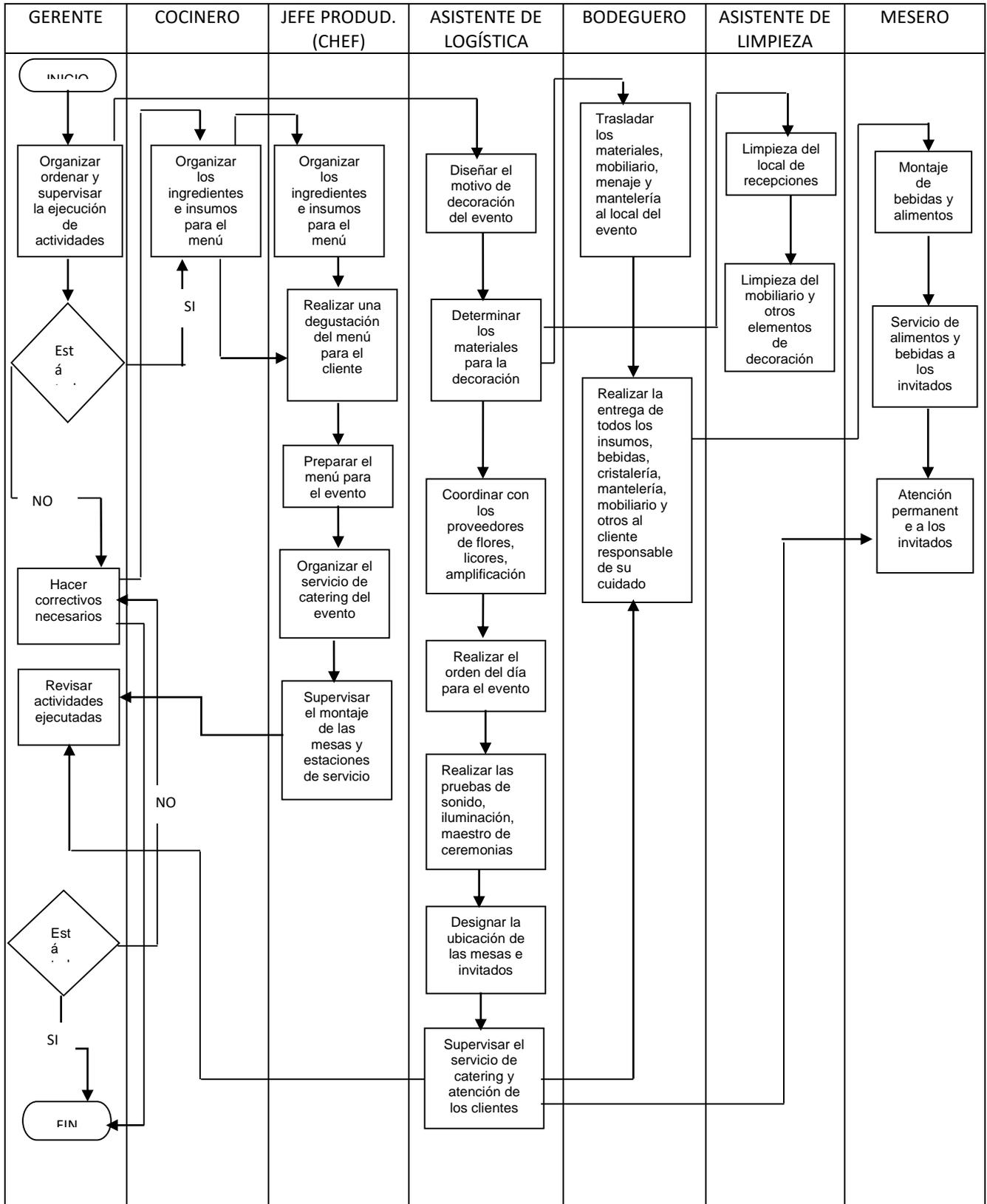
Elaborado por: Juan Andrés Merchán Luna

Gráfico No. 13: DIAGRAMA DE FLUJO - ORGANIZACIÓN INTERNA DEL SERVICIO



Elaborado por: Juan Andrés Merchán Luna

Gráfico No. 14: DIAGRAMA DE FLUJO - PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE CATERING Y ORGANIZACIÓN DE EVENTOS



Elaborado por: Juan Andrés Merchán Luna

4.8. Plan de acción estratégica

EJE DE INTERVENCIÓN PRODUCCIÓN			
Perspectiva Financiero o del Accionista			
OBJETIVOS ESTRATEGICOS	ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	RESULTADO
Recuperar la inversión económica al quinto año	Ofertar los servicios con calidad y calidez.	Capacitar al personal en el servicio de atención al cliente	Inversión recuperada
	Ampliar los horarios y fechas de atención	Atención permanente	
Perspectiva del Cliente			
OBJETIVOS ESTRATEGICOS	ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	RESULTADO
Garantizar y asegurar la calidad del producto y servicio con costos accesibles para la ciudadanía	Relaciones con proveedores de la zona en su mayoría	Realizar bufetes innovadores y con insumos de la zona	Clientes fijos, con comentarios positivos para el negocio.
	Realizar los productos de manera alternativa.	Preparar menús con toques diferentes para el gusto del cliente.	
Perspectiva del Aprendizaje			
OBJETIVOS ESTRATEGICOS	ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	RESULTADO
Capacitar al personal durante todo el año en un proceso de crecimiento constante enfocado a ofertar un producto de calidad que refleje estar al día con la innovación y el avance tecnológico.	Capacitación continua al personal en: manipulación de alimentos, atención al cliente, organización de eventos, normas de calidad y excelencia en el servicio, organización de empresas	Elaborar el programa a de capacitación interna de forma trimestral	Personal capacitado enfocado a ofertar un producto de calidad que refleje estar al día con la innovación y el avance tecnológico con un proceso de crecimiento continuo
		Inventariar y obtener la logística necesaria para el programa de capacitación en la semana previa a cada capacitación	
		Motivar participación de personal y aplicar programa de incentivos	
		Ejecutar el programa de capacitación que serán 4 capacitaciones al año	
		Aplicar conocimientos adquiridos y evaluar resultados	

Tecnificar los procesos de la empresa por áreas de productos en el primer trimestre del año	Innovación tecnológica	Adquirir equipos y programas que permitan optimizar los procesos internos como inventario de bienes existentes para eventos, alimentos a ser procesados, compromisos y agenda, oferta de servicios, contabilidad de la empresa, deberes y obligaciones empresariales, patronales y laborales en el mes de Enero de 2013	Procesos de la empresa tecnificados por áreas de productos en el primer trimestre del año
		Capacitar al personal en los programas adquiridos en el mes de febrero de 2013	
Perspectiva de Procesos Internos			
OBJETIVOS ESTRATEGICOS	ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	RESULTADO
Optimizar los procesos de producción	Estandarización de procesos	Diseñar un manual de procesos	Optimización de los procesos de producción
		Difundir el manual de proceso	
		Actualizar permanentemente el manual de procesos	
	Reducción en los tiempos de producción y servicio	Coordinar continuamente con la unidad de comercialización	
		Adquirir un vehículo servicio de catering	
		Organizar efectivamente los espacios de almacenaje	
	Instalaciones apropiadas	Diseñar y construir espacios físicos de manera técnica	
		Dotar de todo el instrumental de cocina necesario	
		Dotar del mobiliario, mantelería, cristalería, adornos, para el servicio de catering y eventos	
Fomentar un buen ambiente laboral	Motivación al personal	Conceder una bonificación extra al mejor empleado del mes	Buen ambiente laboral
		Cancelar en el tiempo establecido las remuneraciones	
	Indumentaria adecuada	Dotar de uniformes e indumentaria de trabajo	

EJE DE INTERVENCIÓN COMERCIALIZACIÓN			
Perspectiva Financiera o del Accionista			
OBJETIVOS ESTRATEGICOS	ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	RESULTADO
Establecer redes con proveedores directos y constantes	Estandarización de pedidos	Diseñar una matriz de control de pedidos	Redes de proveedores directos y constantes establecidas
		Coordinar con el chef la adquisición de materia prima	
		Mantener un inventario de las adquisiciones en base a los menús	
	Sistema de proveeduría	Suscribir contratos con proveedores directos	
		Establecer un sistema de control de calidad para las adquisiciones	
Captar mercado potencial y mantener el mercado actual	Plan de marketing	Diseñar un plan de marketing dirigido al mercado potencial	Captación y fidelidad del mercado local
		Aplicar el plan de marketing	
		Difundir entre los empleados el plan de marketing	
		Retroalimentar el plan de marketing	
Perspectiva del Cliente			
OBJETIVOS ESTRATEGICOS	ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	RESULTADO
Ofertar productos con altos estándares de calidad y precios accesibles, cubriendo las necesidades del cliente	Presentación de productos elaborados y servicios de buen gusto a un precio razonable.	Preparar los alimentos con especial atención en su sabor y presentación	Productos ofertados con altos estándares de calidad y precios accesibles, cubriendo las necesidades del cliente
		Manipular los materiales con precaución cuidando siempre su presentación interna y externa	
		Presentar ideas innovadoras al momento de decorar ambientes	
		Organización en tiempo, espacio y resultados tanto en el componente del restaurante como en los compromisos adquiridos para eventos	

		Recordar frecuentemente al personal la importancia de ofertar productos de excelente calidad para potencializarnos como una Empresa Única	
Captar potenciales clientes con promociones en compromisos	Difusión de promociones	Motivar a celebrar aniversarios en nuestras instalaciones aceptando propuestas del cliente y llegando a acuerdos en una relación ganar	Potenciales clientes captados con promociones en compromisos
Premiar la fidelidad del cliente	Motivación con el programa de fidelidad cliente frecuente	Registro de visitas de clientes frecuentes durante todo el año Cena de reyes magos con especialidad de la casa al cliente frecuente más un acompañante	Cientes premiados por fidelidad
Perspectiva del Aprendizaje			
OBJETIVOS ESTRATEGICOS	ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	RESULTADO
Mejorar las relaciones interpersonales con énfasis en la atención al cliente	Atendiendo con respeto y amabilidad	Contar con la vestimenta apropiada para cada ocasión	Relaciones interpersonales con énfasis en la atención al cliente mejoradas
	Satisfacer la necesidad del cliente y sus invitados	Estar atentos a las necesidades de los clientes	
Perspectiva del Proceso Interno			
OBJETIVOS ESTRATEGICOS	ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	RESULTADO
Incrementar el nivel de ventas	Elaborar un plan de marketing	Técnicos de la empresa	Nivel de ventas incrementado
	Socializar el plan de marketing	Taller con el personal administrativo y de apoyo	
	Implantar el plan de marketing	Aplicar el plan de marketing	
	Contar con una imagen en la presentación del personal	Personal con vestimenta adecuada	

EJE DE INTERVENCIÓN FINANCIERO			
Perspectiva Financiera o del Accionista			
OBJETIVOS ESTRATEGICOS	ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	RESULTADO
Optimar los procesos administrativos financieros	Sistema de contabilidad eficiente	Contratar un contador para la empresa	Procesos administrativos y financieros optimizados
		Adquirir un programa contable acorde a la necesidad de la empresa	
		Llevar un registro contable actualizado	
		Cumplir con la obligaciones tributarias y patronales	
		Contar informes trimestrales sobre la estado financiero de la empresa	
Perspectiva del Aprendizaje			
OBJETIVOS ESTRATEGICOS	ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	RESULTADO
Capacitar constantemente al personal	Taller de capacitación	Actualización de programas contables	Personal capacitado en el área
Perspectiva de Procesos Internos			
OBJETIVOS ESTRATEGICOS	ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	RESULTADO
Realizar talleres de capacitación acordes a las leyes y manejo correcto de los recursos tecnológicos al personal	Conociendo el adecuado proceso para atender al cliente	Realizar un taller de capacitación para estar actualizados en las leyes basadas en la empresa	Estar actualizados con las leyes y reglamentos para no cometer errores y ser sancionados
	Manejando con facilidad los recursos tecnológicos para la correcta información al cliente	Ejecutar cursos para capacitar al personal sobre las actualizaciones de los recursos tecnológicos	

EJE DE INTERVENCIÓN TALENTO HUMANO			
Perspectiva Financiera o del Accionista			
OBJETIVOS ESTRATEGICOS	ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	RESULTADO
Capacitar al personal sobre atención al cliente, uso correcto del uniforme y el vocabulario	Llevando un correcto uso del uniforme y vocabulario	Realizar talleres de capacitación para el uso correcto del uniforme y el adecuado lenguaje a emplear	Personal capacitado en la atención al cliente.
	Asignación de recursos como inversión y no como gasto	Evaluar continuamente al personal sobre atención al cliente, correcto uso del uniforme y el adecuado lenguaje a emplear	
Perspectiva del Cliente			
OBJETIVOS ESTRATEGICOS	ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	RESULTADO
Capacitación constante al personal de la empresa	Marketing de servicios	Taller en el primer trimestre del año	Personal capacitado
	Poder de negociación	Liderazgo	
Perspectiva del Aprendizaje			
OBJETIVOS ESTRATEGICOS	ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	RESULTADO
Mejorar el desempeño integral del personal	Capacitación al personal	Realizar un plan de capacitación	Desempeño integral del personal mejorado
		Designar los recursos financieros para el proceso de capacitación anual	
		Ubicar las opciones de cursos de capacitación	
		Seleccionar al personal para la capacitación según aptitudes y responsabilidades dentro de la empresa	
Perspectiva del Proceso Interno			
OBJETIVOS ESTRATEGICOS	ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	RESULTADO
Fortalecer y potencializar a nuestro talento humano, por ser el capital más importante de la empresa	Capacitación y motivación interna	Elaborar un plan de charlas motivacionales sobre autoestima, superación personal, liderazgo, compañerismo, creatividad, motivación y relaciones interpersonales, actuación en momentos de crisis, en el primer mes del año	Nuestro talento humano, fortalecido y potencializado, por ser el capital más importante de la empresa
		Generar un bono de 50 usd. al empleado del mes que se haya destacado por puntualidad,	

		excelente trato al cliente, compañerismo, iniciativa y proactividad	
		Tratar al empleado con respeto y consideración, aun en momentos de presión	
Contratar personal bajo un perfil predeterminado	Selección de personal	Receptar carpetas, evaluar y entrevistar a los aspirantes a ser parte de nuestra Empresa	Personal contratado bajo un perfil predeterminado

5. Distribución de la planta

Los diseños arquitectónicos para la planta de comercialización y almacenaje se deben realizar considerando las dimensiones de los equipos, maquinaria, menaje, sillas, mesas, mobiliario, etc., con la finalidad de que se agilicen y faciliten los procedimientos de producción y venta.

La adquisición de un medio de transporte para complementar el proceso de comercialización, es el siguiente paso a realizarse, para lo cual se debe considerar los requerimientos y especificaciones técnicas que debe cumplir el vehículo, partiendo del volumen de producción calculado y la ubicación de los mercados.

5.1. Área del proyecto

La infraestructura donde se implementará la empresa de catering y eventos "Sirloy" está distribuida por:

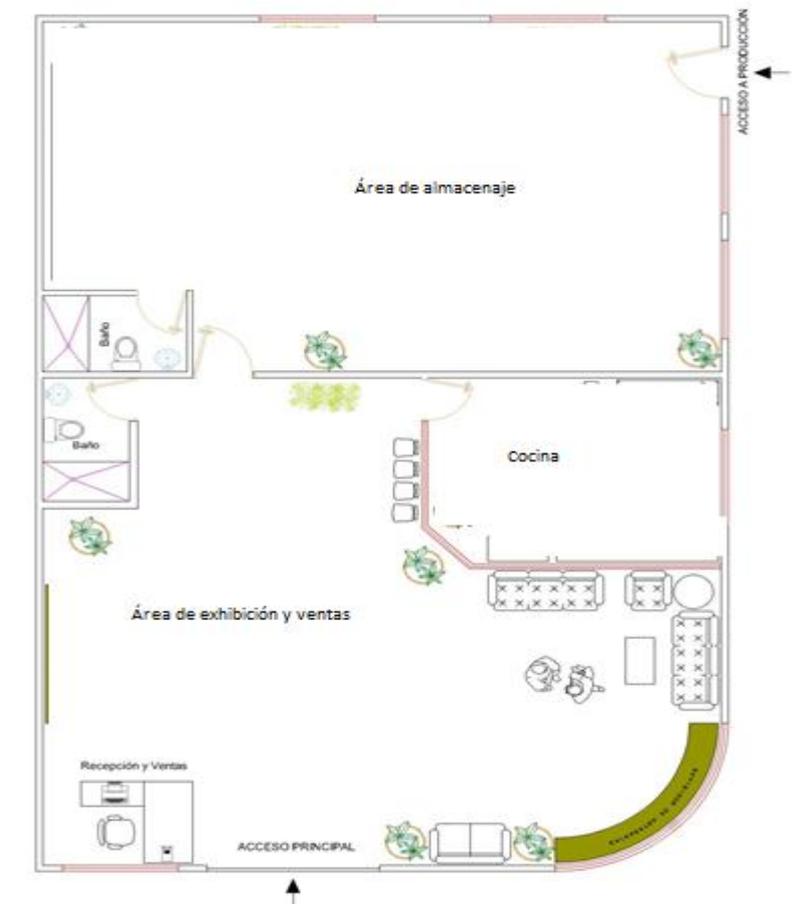
- Área de producción (cocina): con un área de 18,90 m² donde se realizará la preparación de los alimentos para los eventos
- Área de exhibición y ventas: para la exhibición del servicio de catering (montaje de varios estilos de mesas y decoraciones), así como la venta misma del servicio, se dispone un área de 100,32 m²,

debiéndose recalcar que esta área es mayor amplitud debido a que para la exhibición es necesario montar mesas.

- Área de almacenaje: para el almacenaje de todo el menaje de decoración y montaje de mesas, sillas, mesas, platos, cubertería, cristalería, se ha previsto la construcción de un espacio de 79,14 m²
- Baños: Se cuenta con 2 baños de similares características para las áreas de almacenaje y ventas con un área total de 7.74 m²

Plano de la construcción

Figura No. 4: Plano de la construcción



5.2. Ficha técnica de construcción

Construcción de la planta física:

Como parte inicial para la construcción, es necesario que el terreno este perfectamente nivelado para posteriormente iniciar con el replantillo de piedra y luego ir emplazando según los planos diseñados, toda las instalaciones sanitarias y de agua potable que van ubicadas en el piso; posterior a este paso, se procederá ya a la función de los pisos y al levantamiento de paredes y la instalación de los punto de energía eléctrica. En la parte de los acabados, se debe considerar la instalación de azulejos para los baños y mesones de la cocina, baldosas para los pisos, inodoros, lavaplatos, lavamanos, ventanas, tumbados, etc.

Decoración y amueblamiento de los espacios

Una vez que la construcción esté terminada, se procederá en primera instancia a la colocación de anaqueles de almacenamiento para la mantelería, vajillas, cristalería, cubertería, sillas, mesas, adornos de decoración y otros materiales de la empresa. Del mismo se procederá a equipar la cocina con todos materiales y equipos necesarios para el buen funcionamiento. La decoración de los espacios para atención al público deben proyectar una buena imagen y ser atractivos e innovadores para que el cliente potencial tenga una referencia del trabajo que como empresa se realiza.

6. Requerimientos del proyecto

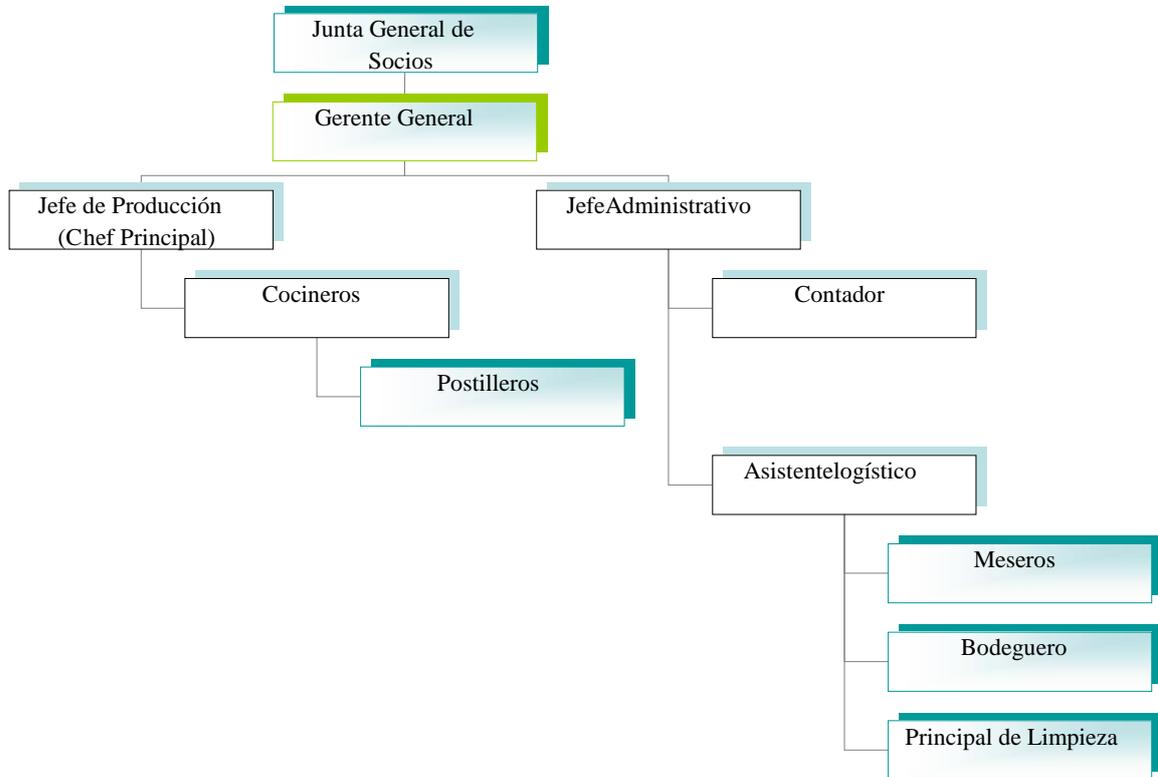
Para la implementación de la empresa, es necesario hacer un plan de requerimientos, es decir determinar los activos fijos, terrenos, equipos, maquinaria, insumos, enseres, para cada una de las áreas del proyecto, todo esto en base a las especificaciones técnicas diseñadas previamente.

Los principales requerimientos son:

- **Terrenos:** el costo del metro cuadrada de terreno depende del área de ubicación del mismo, así como de la disposición de servicios básicos que posee.
- **Edificaciones y construcciones:** La fluctuación del mercado actual determinada en este caso, el precio por metro cuadrado de construcción y acabados de un edificio.
- **Maquinaria y equipo:** en este rubro se incluye toda la maquinaria y equipos que se necesita para la producción del bien o servicio, así como los equipos de cómputo del área administrativa.
- **Muebles y enseres:** se considera el precio total del mobiliario necesario para la instalaciones y funcionamiento de la empresa

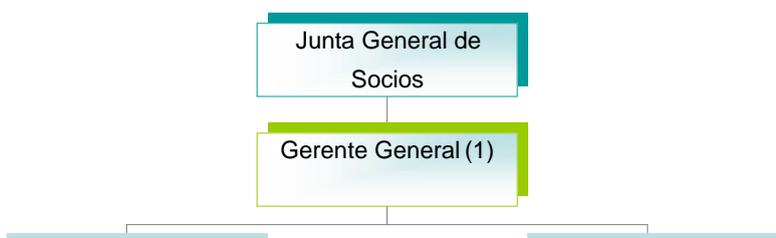
7. Organización del Talento Humano

7.1. Organigrama estructural



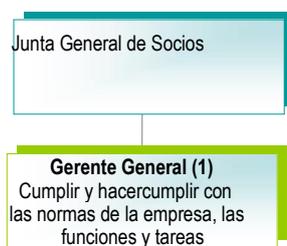
Elaborado por: Juan Andrés Merchán Luna

7.2. Orgánico Posicional



Elaborado por: Juan Andrés Merchán Luna

7.3. Orgánico Funcional



Elaborado por: Juan Andrés Merchán Luna

7.4. Descripción de Funciones

FICHA DE DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS LABORALES	
I. IDENTIFICACIÓN	
DENOMINACIÓN DEL CARGO: GERENTE GENERAL	
ÁREA:	ADMINISTRATIVA
JEFE INMEDIATO:	JUNTA GENERAL SOCIOS
II. FUNCIONES GENERALES	
DESCRIPCIÓN GENERAL:	Cumplir y hacer cumplir las normas que rigen la empresa, las funciones y tareas que conllevan al logro de los objetivos de la empresa
<ul style="list-style-type: none"> - Realizar juntas mensualmente con las diferentes jefaturas para optimizar recursos - Revisar reportes mensuales de las actividades realizadas por las jefaturas y exigir que se cumplan aquellas que no se han llevado a cabo - Implementar programas que contribuyan al mejoramiento de la empresa - Autorizar cortesías especiales a los clientes frecuentes - Tomar decisiones que representen un riesgo o mejoría de la empresa - Hacer un plan de estrategias mensuales para mejorar las ganancias de la empresa - Informar trimestralmente a la junta general de socios sobre el estado real de la empresa - Relación con el cliente para la concreción del negocio 	
III. HABILIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> - Conocimientos en administración de empresas - Conocimientos de idioma inglés - Capacidad de hacer frente a la competencia - Proactivo - Iniciativa estratégica que impulse el crecimiento de la empresa - Buena presencia - Buenas relaciones interpersonales 	

FICHA DE DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS LABORALES

I. IDENTIFICACIÓN	
DENOMINACIÓN DEL CARGO: JEFE DE PRODUCCION – CHEF PRINCIPAL	
ÁREA:	PRODUCCIÓN
JEFE INMEDIATO:	GERENTE
II. FUNCIONES GENERALES	
DESCRIPCIÓN GENERAL:	Supervisar y coordinar el personal que se encuentra en el área de alimentos, compartirá responsabilidades con los diferentes chefs en las actividades en las que intervengan
<ul style="list-style-type: none"> - Planificar, organizar, dirigir y controlar los procesos de cocina - Realizar los menús según las necesidades del restaurante y de los eventos contratados - Elaborar requisiciones de compra de las materias primas que sean necesarias para dicha área - Calcular presupuestos acerca de los costos de la preparación de los platos, estableciendo precios en la carta o menús o contratos de eventos - Supervisar que las diferentes áreas se encuentren en buen estado y que el personal cumpla con las normas de sanidad mínimas para que se lleve una correcta preparación de alimentos - Realizar juntas periódicamente para corregir errores que puedan estar pasando en el área - Supervisar y archivar los inventarios que se realizan semanalmente acerca del mobiliario y equipo que se encuentra en la cocina - Estar en contacto con el jefe administrativo para ver las necesidades correspondientes a su área - Reportar al Gerente y/o al responsable de Talento Humano, empleados que no cumplan con las normas y políticas de la empresa - Sugerir al Responsable de Talento Humano posibles asensos de personal, así como de eventuales - Verificar la mercancía junto con el jefe del área de logística de cada pedido realizado - Capacitar al personal sobre técnicas de gastronomía y otros temas afines - Estar a cargo del servicio de catering en los eventos contratados - Coordinar con el responsable de talento humano, los horarios del personal del área de producción. - Controlar permanentemente los estándares de calidad de los alimentos 	
III. HABILIDADES	

- Estudios de Gastronomía
- Proactivo
- Manejo de equipo de cocina
- Creatividad
- Dinamismo
- Trabajo bajo presión
- Buenas relaciones interpersonales
- Honestidad
- Puntualidad
- Trabajo en equipo
- Espíritu de servicio
- Toma de decisiones
- Innovación
- Disposición de tiempo
- Liderazgo

FICHA DE DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS LABORALES	
I. IDENTIFICACIÓN	
DENOMINACIÓN DEL CARGO: COCINERO	
ÁREA:	PRODUCCIÓN
JEFE INMEDIATO:	CHEF PRINCIPAL
II. FUNCIONES GENERALES	
DESCRIPCIÓN GENERAL:	Auxiliar al Chef Principal en la realización de los alimentos y coordinación sobre la limpieza del área

- Apoyar en la preparación de los diferentes platos para el restaurante y servicio de catering contratados
- Elaborar salsas y sopas del día
- Cortar verduras y legumbres que sean necesarias para la elaboración de recetas
- Verificar que se encuentre el material necesario del área
- Limpiar el área de trabajo utilizada una vez que ha finalizado sus tareas
- Cumplir con las normas de sanidad necesarias
- Ayudar a la realización del inventario semanal junto con el Chef
- Apoyar en las tareas de bodega
- Almacenar correctamente los sobrantes
- Mantener muy buena comunicación y coordinación con el principal de limpieza y bodeguero
- Auxiliar a puestos superiores en lo que éstos le indiquen

III. HABILIDADES

- Buena presencia
- Estudios básicos de gastronomía
- Acoplarse a un trabajo bajo presión
- Proactivo
- Creatividad
- Buenas relaciones interpersonales

FICHA DE DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS LABORALES

I. IDENTIFICACIÓN

DENOMINACIÓN DEL CARGO: POSTILLERO

ÁREA:	PRODUCCIÓN
-------	------------

JEFE INMEDIATO:	COCINERO
-----------------	----------

II. FUNCIONES GENERALES

DESCRIPCIÓN GENERAL:	Es la persona encargada del mantenimiento del área de cocina.
----------------------	---

<ul style="list-style-type: none"> - Mantener la impecable de limpieza de la cocina - Lavar y desinfectar la estación de cocina y el menaje de comedor - Pulir y abastecer de platos, vasos, copas al personal de servicio - Abastecer de utensilios limpios de cocina - Mantener los equipos de cocina limpios - Apoyar en el servicio de catering con la limpieza del menaje, antes y después del evento
III. HABILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> - Buena presencia - Estudios secundarios - Acoplarse a un trabajo bajo presión - Predisposición para recibir órdenes

FICHA DE DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS LABORALES	
I. IDENTIFICACIÓN	
DENOMINACIÓN DEL CARGO: JEFE ADMINISTRATIVO	
ÁREA:	ADMINISTRACIÓN
JEFE INMEDIATO:	GERENTE
II. FUNCIONES GENERALES	
DESCRIPCIÓN GENERAL:	Supervisar que los empleados a su cargo cumplan con las normas, tareas y funciones encomendadas que contribuyan al logro de los objetivos de la empresa
<ul style="list-style-type: none"> - Realizar juntas diarias ante de la apertura del Restaurante para corregir errores del día anterior - Verificar que el área de trabajo se encuentre en perfecto estado y correctamente montadas las mesas - Promocionar los servicios de la empresa - Seleccionar a los proveedores bajos las condiciones de requerimientos de la empresa - Presentar reportes trimestrales - Pagar a los proveedores - Coordinar con el gerente general la realización de campañas de publicad - Resolver las quejas del cliente 	

<ul style="list-style-type: none"> - Responsable del manejo correcto de la contabilidad y registro de ventas diarias - Elaborar, organizar y coordinar los contratos para la atención de eventos y servicio de catering - Llevar un expediente de cada empleado de la empresa - Buscar alternativas para la capacitación continua al personal
III. HABILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> - Conocimientos de contabilidad y administración de empresas - Manejo de personal - Disponibilidad de tiempo completo - Conocimientos de marketing empresarial - Buena presencia - Creatividad - Proactivo - Manejo de TIC'S

FICHA DE DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS LABORALES	
I. IDENTIFICACIÓN	
DENOMINACIÓN DEL CARGO: CONTADOR/A	
ÁREA:	ADMINISTRACIÓN
JEFE INMEDIATO:	JEFE ADMINISTRATIVO
II. FUNCIONES GENERALES	
DESCRIPCIÓN GENERAL:	Llevar un sistema contable integral de la empresa, cumpliendo a cabalidad con los compromisos tributarios y pagos a proveedores
<ul style="list-style-type: none"> - Llevar el registro contable de ingresos y egresos de la empresa - Elaborar el diario general y balance - Presentar informes mensuales del estado contable de la empresa - Realizar depósitos y conciliación en el banco de forma directa - Realizar pagos de impuestos y nómina de empleados al tiempo establecido 	

III. HABILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> - Ser contador CPA - Tener conocimientos de programas computacionales y software de contabilidad - Disponer de la calificación en el SRI - Proactivo

FICHA DE DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS LABORALES	
I. IDENTIFICACIÓN	
DENOMINACIÓN DEL CARGO: ASISTENTE LOGÍSTICO	
ÁREA:	ADMINISTRACIÓN
JEFE INMEDIATO:	JEFE ADMINISTRATIVO
II. FUNCIONES GENERALES	
DESCRIPCIÓN GENERAL:	Estar a cargo del desarrollo integral de los compromisos de la empresa relacionados al servicio de catering y atención de eventos y la verificación de la calidad del servicio
<ul style="list-style-type: none"> - Coordinar, organizar y realizar el servicio contratado para la atención de eventos - Revisar el montaje de las mesas, decoración de ambientes de los eventos. - Revisar las técnicas que utilizan los meseros al dar el servicio - Supervisar y controlar al personal de servicio dentro de los eventos comprometidos - Apoyo al personal en horas pico y en los eventos contratados - Desarrollar estrategias para un servicio óptimo que satisfaga a los clientes - Control de calidad de los alimentos y bebida del local - Buscar clientes para el servicio de catering y atención de eventos - Controlar la limpieza de los ambientes en donde se desarrollan los eventos contratados 	
III. HABILIDADES	

- Ser proactivo y con vocación de servicio al cliente
- Tener conocimientos en la organización de eventos y servicio de catering.
- Manejo de personal
- Buena presencia
- Habilidades de negociación
- Capacidad de toma de decisiones

FICHA DE DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS LABORALES	
I. IDENTIFICACIÓN	
DENOMINACIÓN DEL CARGO: MESERO	
ÁREA:	ADMINISTRACIÓN
JEFE INMEDIATO:	ASISTENTE LOGÍSTICO
II. FUNCIONES GENERALES	
DESCRIPCIÓN GENERAL:	Atender a los clientes, servirles lo que éstos ordenen y prestarles ayuda en cualquier momento
<ul style="list-style-type: none"> - Montar las mesas para los eventos - Pulir la cristalería - Verificar que se encuentren los utensilios necesarios en las diferentes estaciones para prestar un buen servicio - Acoger al cliente cuando éste se encuentre en la mesa - Servir al cliente lo que requiera en el evento - Reportar al jefe de montaje o gerente algún problema con el cliente - Realizar inventario mensual del mobiliario y equipo del área y entregar al Jefe de Montaje 	
III. HABILIDADES	

- Creatividad
- Dinamismo
- Honestidad
- Puntualidad
- Trabajo en equipo
- Espíritu de servicio
- Relaciones humanas
- Tolerancia
- Carisma
- Coordinación
- Disponibilidad de tiempo
- Organización

FICHA DE DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS LABORALES	
I. IDENTIFICACIÓN	
DENOMINACIÓN DEL CARGO: BODEGUERO	
ÁREA:	ADMINISTRACIÓN
JEFE INMEDIATO:	ASISTENTE LOGÍSTICO
II. FUNCIONES GENERALES	
DESCRIPCIÓN GENERAL:	Organizar y custodiar los bienes que componen el servicio de menaje de comedor (sillas, mesas), mantelería, cristalería, cubertería y demás accesorios que se utiliza en el servicio de atención de eventos.
<ul style="list-style-type: none"> - Llevar un registro de todo los bienes a su cargo - Manejar formatos de descargo para la entrega – recepción de los bienes - Coordinar con el Jefe Administrativo y el Asistente Logístico los bienes que el cliente requiere para el evento contratado - Realizar y presentar inventarios trimestrales de los bienes a su cargo en coordinación con las jefaturas de producción y administración - Llevar un registro detallado de los bienes a utilizarse en los eventos contratados como parte del contrato de servicios - Almacenar los productos adquiridos - Mantener los almacenajes en perfecto orden 	

III. HABILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> - Tener conocimientos de contabilidad - Ser minucioso - Manejar técnicas de organización - Ser proactivo

FICHA DE DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS LABORALES	
I. IDENTIFICACIÓN	
DENOMINACIÓN DEL CARGO: PRINCIPAL DE LIMPIEZA	
ÁREA:	ADMINISTRACIÓN
JEFE INMEDIATO:	ASISTENTE LOGÍSTICO
II. FUNCIONES GENERALES	
DESCRIPCIÓN GENERAL:	Limpiar el área del restaurante y ambientes de los eventos contratados las veces que sea necesario, auxiliar a los meseros permanentemente.
<ul style="list-style-type: none"> - Coordinar el adecantamiento del local donde se desarrolla el evento contratado - Limpiar las mesas, sillas que comprenden el servicio de atención de eventos - Lavar la mantelería 	
III. HABILIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> - Conocimientos de jardinería - Buena predisposición para cumplir órdenes - Ser proactivos - Buena presencia 	

D. Viabilidad financiera

Activos Corrientes y No Corrientes

Cuadro No. 26

ACTIVOS CORRIENTES Y NO CORRIENTES				
Infraestructura	Valor	Cantidad	SubTotal	Total
Construcción de paredes de cemento	900,00	1	900,00	6.750,00
Construcción de paredes de madera	800,00	1	800,00	
Construcción de cocina	1.500,00	1	1.500,00	
Construcción de piso	300,00	1	300,00	
Construcción de baños	400,00	1	400,00	
Construcción de cubierta	1.500,00	1	1.500,00	
Instalaciones el agua	500,00	1	500,00	
Arreglo de jardines	200,00	1	200,00	
Instalaciones eléctricas	300,00	1	300,00	
Pintura interna	200,00	1	200,00	
Pintura externa	150,00	1	150,00	
Vehículos	Valor	Cantidad	SubTotal	
Van Hyundai H1	33.000,00	1	33.000,00	33.000,00
Equipos de catering	Valor	Cantidad	SubTotal	Total
Estación fría 4 bandejas	350,00	2	700,00	18.000,00
Estación caliente 4 bandejas	350,00	2	700,00	
Dispensador de jugos	120,00	2	240,00	
Portabandejas	100,00	2	200,00	
Batidora	120,00	1	120,00	
Licudora	150,00	2	300,00	
Cocina - plancha industrial	800,00	1	800,00	
Refrigerador	1200,00	1	1.200,00	
Congelador	1000,00	1	1.000,00	
Horno semi- industrial	300,00	1	300,00	
Ollas medianas	30,00	6	180,00	
Ollas grandes	60,00	6	360,00	
Freidora	150,00	1	150,00	
Mesas	40,00	200	8.000,00	
Sillas	15,00	250	3.750,00	

Inventario, menaje y vajilla	Valor	Cantidad	SubTotal	Total
Gorro protector de cabello (caja)	15,00	0,33	4,95	33872,17
Guantes (caja)	17,00	0,33	5,61	
Servilletas (paquete)	0,80	8,33	6,66	
Toallas de cocina	2,50	2	5,00	
Gas	15,00	8,33	124,95	
Bandeja de manera (grande)	30,00	10	300,00	
Bandeja de acero (mediana)	25,00	10	250,00	
Jarras de vidrio	2,50	30	75,00	
Plato base	5,00	250	1250,00	
Plato tendido grande	4,50	250	1125,00	
Plato para postre	2,50	250	625,00	
Plato para entrada	3,00	250	750,00	
Tasa	1,50	250	375,00	
Copa de Agua	3,50	250	875,00	
Copa de vino tinto	4,00	250	1000,00	
Copa de vino blanco	4,00	250	1000,00	
Cuchara sopera	1,00	250	250,00	
Cuchillo	1,00	250	250,00	
Tenedor	1,00	250	250,00	
Cuchillo entrada	1,00	250	250,00	
Tenedor entrada	1,00	250	250,00	
Cuchara postre	1,00	250	250,00	
Copas para licor	1,00	250	250,00	
Manteles	10,00	800	8000,00	
Servilletas de tela	2,00	1500	3000,00	
Forros de sillas	5,00	1500	7500,00	
Lazos para la sillas	1,50	1500	2250,00	
Caminos de mesa	3,00	800	2400,00	
Faldones para mesa principal	20,00	10	200,00	
Telas para decoración (global)	1000,00	1	1000,00	
Muebles de catering	Valor	Cantidad	SubTotal	
Mueble de cocina de madera	130,00	1	130,00	6.630,00
Estantes metálicos (4 x 2,70 m)	1300,00	5	6.500,00	
Muebles de oficina	Valor	Cantidad	SubTotal	Total
Sillas tipo secretaria	80,00	4	320,00	4.050,00

Sillas de descanso	40,00	10	400,00	
Escritorio tipo ejecutivo	120,00	4	480,00	
Archivadores verticales	150,00	3	450,00	
Proyector	1000,00	1	1.000,00	
Pantalla para proyecciones	300,00	1	300,00	
Impresora - copiadora a color	1000,00	1	1.000,00	
Telefono	100,00	1	100,00	
Suministros y materiales	Valor	Cantidad	SubTotal	Total
Papel bond	4,50	30	135,00	540,50
Grapadora	7,00	2	14,00	
Perforadora	5,00	2	10,00	
Carpetas de cartón	0,20	100	20,00	
Esferos	0,25	24	6,00	
Flash memory	10,00	4	40,00	
Toner	40,00	4	160,00	
Cinta adhesiva	1,25	6	7,50	
Resaltador - marcador	0,60	5	3,00	
Extensión electrica	5,00	5	25,00	
Folder - archivador	6,00	20	120,00	
Equipos de computo	Valor	Cantidad	SubTotal	
Computador portátil	900,00	3	2.700,00	2.700,00
Utiles de limpieza	Valor	Cantidad	SubTotal	Total
Franelas de limpieza	1,50	8	12,00	430,20
Fundas de basura	1,20	50	60,00	
Guantes de caucho	1,50	6	9,00	
Baldes plásticos	1,50	6	9,00	
Escobas	3,50	12	42,00	
Cepillos	0,50	6	3,00	
Palas para recolección de basura	1,00	4	4,00	
Jarras plásticas	0,80	4	3,20	
Limpia vidrios	3,50	6	21,00	
Escoba de techo	2,50	2	5,00	
Trapeadores de piso	2,00	6	12,00	
Aspiradora	250,00	1	250,00	

ACTIVOS DIFERIDOS				
Cuenta	Valor	Cantidad	SubTotal	Total
Gastos de constitución y organización	2.000,00	1	2.000,00	2.700,00
Patentes y licencias	500,00	1	500,00	
Capacitación y entrenamiento	200,00	1	200,00	
Transferencias de tecnología	0,00	1	0,00	

CAPITAL DE TRABAJO				
Cuenta	Valor	Cantidad	SubTotal	Total
Materiales, insumos y materia prima	10.374,58	1	10.374,58	76.955,70
Sueldos (por doce meses)	65.581,12	1	65.581,12	
Movilización	500,00	1	500,00	
Caja	100,00	1	100,00	
Bancos	300,00	1	300,00	
Otros	100,00	1	100,00	
TOTAL DEL PROYECTO				185.628,57

Elaborado por: Juan Andrés Merchán Luna

Inversión del Proyecto

Cuadro No. 27

Presupuesto de Inversión del Proyecto		
Activos Corrientes y no Corrientes	DOLARES	%
Infraestructura	6.750,00	57,09%
Vehículo	33.000,00	
Equipos de catering	18.000,00	
Inventario, menaje y vajilla	33.872,17	
Muebles de catering	6.630,00	
Muebles de oficina	4.050,00	
Suministros y materiales	540,50	
Equipos de computo	2.700,00	
Utiles de limpieza	430,20	
Total Activos Corrientes y no Corrientes	105.972,87	
Activos Diferidos	DOLARES	%
Gastos de constitución y organización	2.000,00	1,45%
Patentes y licencias	500,00	
Capacitación y entrenamiento	200,00	
Transferencias de tecnología	0,00	
Total Activos Diferidos	2.700,00	
Capital de Trabajo	DOLARES	%
* Materiales, insumos y materia prima	10.374,58	41,46%
* Sueldos (por doce meses)	65.581,12	
* Arriendo (por doce meses)	500,00	
* Caja	100,00	
* Bancos	300,00	
* Otros	100,00	
Total Capital de Trabajo	76.955,70	
Subtotal	185.628,57	100,00%
* 5% Reposición de menaje	1.693,61	
Total Capital de Trabajo Proyecto	9.281,43	
TOTAL INVERSION	196.603,61	

PRESUPUESTO DE INVERSIÓN	TOTAL
ACTIVOS CORRIENTES Y NO CORRIENTES	105.972,87
ACTIVOS DIFERIDOS	2.700,00
CAPITAL DE TRABAJO	76.955,70
IMPREVISTOS (del 5% al 10%)	10.975,04
TOTAL	196.603,61

Financiamiento

Cuadro No. 28

	PORCENTAJE DE INVERSIÓN	CAPITAL DE INVERSIÓN
FINANCIAMIENTO POR ACCIONISTAS	20%	39.320,72
FINANCIAMIENTO BANCO	80%	157.282,89
TOTAL FINANCIAMIENTO INVERSIONES		196.603,61

Préstamo bancario

Cuadro No. 29

P R E S T A M O B A N C A R I O					
CAPITAL		=	157.282,89 Dólares		
PERIODO DE PRESTAMO		=	10 Años		
INTERES		=	11,0%		
AÑO	CAPITAL	AMORT. DE CAPITAL	SALDO DEL CAPITAL	INTERES SOBRE SALDOS	TOTAL= CUOTAS + INTERES
0	157.282,89				
1		15.728,29	157.282,89	17.301,12	33.029,41
2		15.728,29	141.554,60	15.571,01	31.299,29
3		15.728,29	125.826,31	13.840,89	29.569,18
4		15.728,29	110.098,02	12.110,78	27.839,07
5		15.728,29	94.369,73	10.380,67	26.108,96
6		15.728,29	78.641,44	8.650,56	24.378,85
7		15.728,29	62.913,15	6.920,45	22.648,74
8		15.728,29	47.184,87	5.190,34	20.918,62
9		15.728,29	31.456,58	3.460,22	19.188,51
10		15.728,29	15.728,29	1.730,11	17.458,40
TOTAL	157.282,89	157.282,89		95.156,15	252.439,03

Amortización

Cuadro No. 30

AMORTIZACIÓN DE DIFERIDOS					
ACTIVO	AÑO				
	1	2	3	4	5
Gastos de constitución y organización	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
Patentes y licencias	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Capacitación y entrenamiento	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00
Transferencias de tecnología	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL	540,00	540,00	540,00	540,00	540,00

Depreciación Método Lineal

Cuadro No. 31

DEPRECIACIONES

(Método lineal)

ACTIVOS FIJOS	MONTO	Nº DE AÑOS	% anual
Infraestructura	6.750,00	20	5,00
Vehículo	33.000,00	5	20,00
Equipos de catering	18.000,00	10	10,00
Materiales de catering	33.872,17	10	10,00
Muebles de catering	6.630,00	10	10,00
Muebles de oficina	4.050,00	10	33,33
Equipos tecnológico	2.700,00	3	33,33
TOTAL	105.002,17		

Depreciaciones anuales

Cuadro No. 32

DEPRECIACIONES ANUALES												
ACTIVO	A Ñ O										TOTAL	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
Infraestructura	337,50	337,50	337,50	337,50	337,50	337,50	337,50	337,50	337,50	337,50	337,50	3.375,00
Vehículo	6.600,00	6.600,00	6.600,00	6.600,00	6.600,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	33.000,00
Equipos de catering	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	18.000,00
Muebles de catering	663,00	663,00	663,00	663,00	663,00	663,00	663,00	663,00	663,00	663,00	663,00	6.630,00
Muebles de oficina	405,00	405,00	405,00	405,00	405,00	405,00	405,00	405,00	405,00	405,00	405,00	4.050,00
Equipos tecnológico	900,00	900,00	900,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2.700,00
TOTAL	10.705,50	10.705,50	10.705,50	9.805,50	9.805,50	3.205,50	3.205,50	3.205,50	3.205,50	3.205,50	3.205,50	67.755,00

Amortizaciones de Diferidos

Cuadro No. 33

ACTIVOS FIJOS	MONTO	Nº DE AÑOS	% anual
Gastos de constitución y organización	2.000,00	5	20,00
Patentes y licencias	500,00	5	20,00
Capacitación y entrenamiento	200,00	5	20,00
Transferencias de tecnología	0,00	5	20,00
TOTAL	2.700,00		

Sueldos

Cuadro No. 34

No.	DESCRIPCION	SALARIO	SALARIO	APORTE PATRONAL, IECE Y SECAP	DECIMO	DECIMO	HORAS EXTR.
		MENSUAL	ANUAL		TERCERO	CUARTO	
1	Gerente	500,00	6.000,00	729,00	500,00	292,00	180,00
2	Chef principal	500,00	6.000,00	729,00	500,00	292,00	180,00
3	Jefe Administrativo	500,00	6.000,00	729,00	500,00	292,00	180,00
4	Asistente logístico	400,00	4.800,00	583,20	400,00	292,00	144,00
5	Contador	400,00	4.800,00	583,20	400,00	292,00	144,00
6	Cocinero	350,00	4.200,00	510,30	350,00	292,00	126,00
7	Postilleros	350,00	4.200,00	510,30	350,00	292,00	126,00
8	Meseros	280,00	3.360,00	408,24	280,00	292,00	100,80
9	Bodeguero	280,00	3.360,00	408,24	280,00	292,00	100,80
10	Principal de limpieza	280,00	3.360,00	408,24	280,00	292,00	100,80
	TOTAL GASTOS	3.840,00	46.080,00	5.598,72	3.840,00	2.920,00	1.382,40

Materia prima

Cuadro No. 35

MATERIA PRIMA			10.374,58
Servicio Gold	3,45	1.062,12	3.664,33
Servicio Platinum	2,63	1.743,74	4.577,31
Servicio Simple	1,80	1.184,96	2.132,94

Servicios Básicos

Cuadro No. 36

SERVICIOS BÁSICOS				3.600,00
Energía eléctrica	Mensual	12	100	1.200,00
Agua potable	Mensual	12	20	240,00
Telefonía fija	Mensual	12	80	960,00
Internet	Mensual	12	50	600,00
Plan Celular	Mensual	12	50	600,00

Publicidad

Cuadro No. 37

COSTO DE VENTAS				1.750,00
Marketing	anual	1	1.000,00	1.000,00
Propaganda	anual	1	500,00	500,00
Embalaje	anual	1	250,00	250,00

EGRESOS

Cuadro No. 38

COSTOS GATOS ANUALES								
COSTO PROMEDIO DE LA S CATEGORIAS		=	5,4	dólares/unidad				
Incremento anual		=	2,00%					
Número de servicios mensuales		=	4.136	Unidades		22334,4		
RUBRO	AÑO							
	1	2	3	4	5	6	7	
COSTOS OPERACIONALES								
Materia prima	10.374,58	10.582,07	10.793,71	11.009,58	11.229,78	11.454,37	11.683,46	11.902,95
Salarios del personal	65.581,12	66.892,74	68.230,60	69.595,21	70.987,11	72.406,86	73.854,99	75.281,12
Suministros de oficina	540,50	551,31	562,34	573,58	585,05	596,76	608,69	620,82
Energía eléctrica	1.200,00	1.224,00	1.248,48	1.273,45	1.298,92	1.324,90	1.351,39	1.377,36
Agua potable	240,00	244,80	249,70	254,69	259,78	264,98	270,28	275,58
Telefonía fija	960,00	979,20	998,78	1.018,76	1.039,13	1.059,92	1.081,12	1.102,72
Internet	600,00	612,00	624,24	636,72	649,46	662,45	675,70	689,04
Plan Celular	600,00	612,00	624,24	636,72	649,46	662,45	675,70	689,04
TOTAL COSTOS DE OPERACIÓN	80.096,20	81.698,12	83.332,08	84.998,72	86.698,70	88.432,67	90.201,33	92.002,95
GASTOS ADMINISTRATIVOS								
Registro mercantil 5% inversión	15,00	15,30	15,61	15,92	16,24	16,56	16,89	17,22
Patentes y licencias	500,00	510,00	520,20	530,60	541,22	552,04	563,08	574,32
Misceláneos	500,00	510,00	520,20	530,60	541,22	552,04	563,08	574,32
Otros	100,00	102,00	104,04	106,12	108,24	110,41	112,62	114,88
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	1.115,00	1.137,30	1.160,05	1.183,25	1.206,91	1.231,05	1.255,67	1.280,52
GASTOS DE VENTAS PUBLICIDAD								
Embalaje	250,00	255,00	260,10	265,30	270,61	276,02	281,54	287,16
Propaganda	500,00	510,00	520,20	530,60	541,22	552,04	563,08	574,32
Marketing	1.000,00	1.020,00	1.040,40	1.061,21	1.082,43	1.104,08	1.126,16	1.148,72
Misceláneos	200,00	204,00	208,08	212,24	216,49	220,82	225,23	229,72
TOTAL GASTOS VENTAS AL EXT.	1.950,00	1.989,00	2.028,78	2.069,36	2.110,74	2.152,96	2.196,02	2.240,12
COSTOS TOTALES	83.161,20	84.824,42	86.520,91	88.251,33	90.016,35	91.816,68	93.653,01	95.523,59
V.A.N. COSTOS (al 12,38%)		497.194,73						

Ingresos

Cuadro No. 39

INGRESOS ANUALES DEL PROYECTO								
Precio del PLAN		=	20,00	dólares/unidad				
Incremento anual servicios		=	17,00%					
Número de servicios mensuales		=	4.136	unidades		82720		
RUBRO	AÑO							
	1	2	3	4	5	6	7	
Servicio Gold	24.428,87	28.581,78	33.440,68	39.125,60	45.776,95	53.559,03	62.664,00	73.248,00
Servicio Platinum	30.515,41	35.703,03	41.772,54	48.873,87	57.182,43	66.903,45	78.277,00	91.536,00
Servicio Simple	14.219,57	16.636,89	19.465,17	22.774,24	26.645,87	31.175,66	36.475,50	42.816,00
TOTAL INGRESOS POR VENTAS	69.163,85	80.921,70	94.678,39	110.773,72	129.605,25	151.638,14	177.416,60	207.600,00

V.A.N. INGRESOS (al 12,38%)

742.727,77

Análisis Costo – Beneficio

Cuadro No. 40

ANALISIS COSTO BENEFICIO

AÑO 1

VENTA AL PÚBLICO

No.	PRODUCTO	COSTO DEL SERVICIO POR PERSONA	COSTO PROMEDIO AL PÚBLICO (x persona)	COSTO DE PRODUCCIÓN DEL SERVICIO (x persona)(1)	UTILIDAD	CANT. VE ANUAL
1	Servicio Gold	21 dólares a 25 dólares	23,00	6,90	16,10	1062,1
2	Servicio Platinum	15 dólares a 20 dólares	17,50	5,25	12,25	1743,7
3	Servicio Simple	10 dólares a 14 dólares	12,00	3,60	8,40	1184,9
(1) SE CONSIDERA UN COSTO DE PRODUCCIÓN POR PERSONA EN CADA SERVICIO DE UN 30% (DONDE EL 15% ES EN MATERIA PRIMA Y OTRO 15% EN GASTOS DEL SERVICIO)						TO

Flujo de caja

Cuadro No. 41

RUBRO	AÑO								
	0	1	2	3	4	5	6	7	8
Ingresos		69.163,85	80.921,70	94.678,39	110.773,72	129.605,25	151.638,14	177.416,62	207.577,00
- Costos totales		-	-	-	-	-	-	-	-
- Intereses		77.401,20	78.949,22	80.528,21	-82.138,77	-83.781,54	-85.457,18	-87.166,32	-88.909,00
- Depreciación		17.301,12	15.571,01	13.840,89	-12.110,78	-10.380,67	-8.650,56	-6.920,45	-5.190,00
Utilidad antes de part. Lab		-	-	-	-	-	-	-	-
-15% part. Laboral		10.705,50	10.705,50	10.705,50	-9.805,50	-9.805,50	-3.205,50	-3.205,50	-3.205,50
Utilidad antes de impuestos		-	-	-	-	-	-	-	-
- 23% impuestos		36.243,97	24.304,03	10.396,21	6.718,66	25.637,53	54.324,90	80.124,36	110.271,00
UTILIDAD NETA		5.436,60	3.645,60	1.559,43	-1.007,80	-3.845,63	-8.148,74	-12.018,65	-16.540,00
+Depreciación		-	-	-	-	-	-	-	-
+Amortización		30.807,37	20.658,42	-8.836,78	5.710,86	21.791,90	46.176,17	68.105,70	93.731,00
+ Valor de salvamento		7.085,70	4.751,44	2.032,46	-1.313,50	-5.012,14	-10.620,52	-15.664,31	-21.558,00
- Inversión		-	-	-	-	-	-	-	-
+Capital de trabajo		23.721,68	15.906,99	-6.804,32	4.397,37	16.779,76	35.555,65	52.441,39	72.173,00
+Préstamo bancario		10.705,50	10.705,50	10.705,50	9.805,50	9.805,50	3.205,50	3.205,50	3.205,50
- Amortización		540,00	540,00	540,00	540,00	540,00	0,00	0,00	0,00
FLUJO DE FONDOS NETO		196.603,61							
		157.282,89							
		-	-	-	-	-	-	-	-
		15.728,29	15.728,29	15.728,29	-15.728,29	-15.728,29	-15.728,29	-15.728,29	-15.728,29
		-39320,72	28204,47	20389,77	11287,11	-985,42	11396,98	23032,86	39918,60
									59650,00

Tasa interna de retorno / Valor actual neto

Cuadro No. 42

T.I.R. 19,93 %
 61.109,2 dólares
 V.A.N. 0 al 12% 0,12
 RELACION BENEFICIO
 COSTO 1,61
 TIEMPO DE RETORNO
 DE LA INVERSIÓN 7,43 años

0		-39.320,72	
1	-28.204,47	-67.525,19	1,00
2	-20.389,77	-87.914,96	1,00
3	-11.287,11	-99.202,07	1,00
4	-985,42	-100.187,49	1,00
5	11.396,98	-88.790,52	1,00
6	23.032,86	-65.757,66	1,00
7	39.918,60	-25.839,05	1,00
8	59.650,21	33.811,16	0,43
9	82.714,85	116.526,01	0,00
10	187.638,24	304.164,26	0,00
			7,43

VII.ASPECTOS AMBIENTALES

1. IMPACTO AMBIENTAL GENERADO EN EL PROYECTO

Los siguientes impactos ambientales son causados con la ejecución del proyecto por el efecto que produce una determinada acción humana sobre el medio ambiente en sus distintos aspectos en los que se desenvuelve. Las acciones humanas, motivadas por la consecución de diversos fines, provocan efectos colaterales sobre el medio natural o social. Mientras los efectos perseguidos suelen ser positivos, al menos para quienes promueven la actuación, los efectos secundarios pueden ser positivos y, más a menudo, negativos.

CUADRO N° 43

Matriz de impactos causa-efecto con medidas de mitigación

Orden	Impactos ambientales	Causa	Efecto	Acciones o alternativas	Para que	Donde
01	Desechos domésticos	Moscas Olores Insectos	Enfermedades Contaminación	Utilizar para producir abono orgánico	Producir humus	Finca Palomeque
02	Desechos inorgánicos	Acumulación de espacio	Basura	venta	Reciclar	Recicladora municipal
03	Usos de agua	Costo	Desperdicio	Ahorro	Optimizar recursos	Restaurante
04	Plaguicidas	Plagas	Intoxicación causa enfermedades degenerativas	Realizar una limpieza profunda	Evitar enfermedades	Restaurante

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Juan Andrés Merchán Luna.

- **AREA DE INFLUENCIA.**

Corresponde al Área Operativa (las diferentes áreas de producción en cocina,) Área de influencia Directa (lugar de procedencia y características de la materia prima) Área de influencia Indirecta (la comunidad del entorno) a la cocina de Sirloy, ubicado en la Edmundo Carvajal y Efrén Zúñiga, formulando en la conciencia de la comunidad una percepción de rechazo, reducción, reutilización y reciclaje.

El personal operativo adopta una actitud interdisciplinaria con una mentalidad de conservación, manejo y prevención de todos los recursos que nos rodean cada una de las acciones humanas, motivadas por la consecución de diversos fines, provocan efectos colaterales sobre el medio natural o social. Mientras los efectos perseguidos suelen ser positivos, al menos para quienes promueven la actuación, los efectos secundarios pueden ser positivos y, más a menudo, negativos.

- **ANÁLISIS INTERNO.**

Se forja un ejemplo a seguir en los cuidados y procesos para mantener el ambiente limpio y libre de contaminantes, además que se proponen fuentes laborales a más del personal con que opera la empresa como: comerciantes, agricultores, ganaderos, etc. Siendo estos también beneficiarios a más de la población que participa activamente y constante en los servicios de “Sirloy Catering y Eventos”

a) Emisiones a la atmósfera

Se presenta la emisión de vapores producido por la cocción de alimentos en la cocina de la empresa, que es absorbida por una campana de acero inoxidable de 1,20x200 metros, (mayor que el artefacto cocina). Esta campana está equipada con un extractor de 10 pulgadas de diámetro de tipo industrial, la elimina la posible emisión de partículas hacia la atmósfera. El vapor de agua filtrado ingresa al exterior, al igual que en el caso de cualquier otra cocina a través de un ducto de acero inoxidable o de acero galvanizado inoxidable .Por lo tanto se considera que el proyecto no genera ningún tipo de emisiones contaminantes a la atmósfera

b) Afluentes líquidos

Para el proyecto de la empresa se ha diseñado un sistema de alcantarillado suficiente en abastecimiento para los afluentes líquidos que genera la cocina de la empresa, corresponden a las aguas servidas provenientes de los servicios higiénicos, aguas lluvias y de la cocina misma. Este afluente es transportado mediante un ducto de P.V.C. de 110 mm de diámetro conectándose a la red de alcantarillado público.

c) Residuos líquidos con materias grasas

Considerando que desde la cocinase generan residuos líquidos con materias grasas las que pueden obstruir los ductos se ha instalado una cámara

decantadora previo a la red de alcantarillado público. El residuo semisólido graso proveniente de la cámara decantadora, es retirado cada dos meses, tiempo calculado considerando el tamaño de la cámara y llevado al vertedero municipal en envases especiales de polietileno.

d) Residuos sólidos

Solo se generan dos tipos de residuos sólidos:

- Aquellos provenientes de los procesos de preparación de comidas en la cocina
- Los que se generan por el acceso y uso de salón y cocina.

Estos son separados en orgánicos e inorgánicos, los orgánicos son entregados a la finca Palomeque para la transformación a humus y los de orden inorgánica son entregados al servicio de recolección municipal.

e) Emisión de ruidos

El área del entorno a la propiedad donde se construirá el proyecto tiene por ahora muy poca diversidad habitacional. En efecto las viviendas poseen parcelas amplias colindantes por el este y el oeste tiene pocas viviendas

Durante el periodo de operación del proyecto, no existirán emisiones de ruidos molestos.

f) Se generó formas de energía no renovable.

El proyecto no contempla generación de energía no renovable.

La energía que requiere el proyecto se obtiene desde una red pública de electrificación, a través de la correspondiente acometida.

- ACCIONES REMEDIALES.

No obstante, es preciso mencionar que las medidas remediales están condicionadas por las técnicas, eficacia, facilidad de implantación, mantenimiento y control, evitando, disminuyendo, modificando, curando o compensando el efecto de las acciones efectuadas en la Empresa (aminorar los impactos intolerables, y minimizar todos en general).
Aprovechando mejor las oportunidades que brinda el medio para llegar a obtener el éxito en los resultados de las acciones realizadas.

En sí en Sirloy Catering y Eventos se rechaza el consumo de productos contaminantes o nocivos, no emanando gases perjudiciales a la atmosfera, el personal dela empresa es constante en orden al momento de evacuar los desechos en los contenedores debidamente tapados y con fundas plásticas, y los desechos orgánicos son procesados con la lombricultura.

Es importante destacar que no se afectó el medio ambiente con tala de árboles y que indujimos la utilización de la madera para la construcción de la

empresa, ya que toda la infraestructura fue reciclada de edificaciones antiguas que en el Cantón antes fueron derribadas, obteniendo de ellas excelentes piezas de madera.

VIII. CONCLUSIONES

- El estudio de mercado que determina la oferta y la demanda, sustenta la factibilidad para la creación de la empresa de catering y eventos “Sirloy”, la misma se fundamentó en la aplicación de encuestas a la población económicamente activa del cantón Sucúa y en la verificación de campo.
- La empresa con razón social Sirloy se constituirá como una pequeña empresa de derecho privado, con capital aportado por personas naturales, y perteneciente al sector terciario con domicilio en la ciudad de Sucúa, provincia de Morona Santiago.
- En base al comportamiento del cliente, a la disponibilidad de presupuesto y a la misma necesidad del cliente, se ha establecido tres categorías de servicio con su respectivo presupuesto y especificidad de servicio: 1. Categoría Gold entre 21 y 25 dólares; 2. Categoría Platinum entre 15 y 20 dólares; y 3. Categoría Simple con un presupuesto que varía entre 10 y 14 dólares por persona.
- La empresa “Sirloy” tiene como principal componente la oferta de servicios de catering (alimentación) y el servicio de organización y asesoramiento de todo tipo eventos sociales, con una cobertura inicial en la cabecera cantonal de Sucúa, con proyección a la zona de influencia inmediata (Macas y Logroño).

- La implementación de la empresa tiene una inversión inicial en activos corrientes y no corrientes, activos diferidos y capital de trabajo de \$196.603,61 dólares americanos, de los cuales el 80% se financia por un préstamo bancario y el 20% por el aporte de los socios.
- La organización del talento humano para el funcionamiento de la empresa, está dada principalmente por un Gerente General, como administrador; a su vez se dispondrá de Jefaturas de Producción y de Administración que tendrán a su cargo el personal de cocineros y posilleros en el área de producción, y en el área administrativa un contador, asistente logístico, meseros, bodeguero y principal de limpieza.
- La tasa interna del proyecto es del (TIR) del 19,93% que implica que tendremos un pronto retorno de la inversión, este es el fundamento para la factibilidad de la creación de la empresa de catering y eventos.
- La recuperación de la inversión del proyecto será de 7 años, 4 meses y 3 días, considerándose como un período óptimo.
- Según los datos obtenidos en el cálculo respectivo, el VAN es positivo y es de \$61.109,20 dólares americanos, lo que nos indica que el proyecto es viable.

IX. RECOMENDACIONES

- En base a los resultados del estudio de mercado para la implementación de la empresa de catering y eventos “Sirloy” se deberá especializar los servicios para que la calidad, cobertura y capacidad de atención sea la más óptima y de ese modo dar un valor agregado a los servicios ofertados para posesionarse en el mercado local.
- La construcción del espacio físico para el funcionamiento y operación de la empresa, debe considerar imprescindiblemente la ingeniería del proyecto, con la finalidad de que la planta preste las condiciones óptimas tanto para la seguridad del talento humano de la empresa como la capacidad de atención de los eventos.
- Para alcanzar estándares de eficiencia y eficacia de la empresa, se debe considerar el plan de acción estratégica y los flujogramas de procesos como herramientas básicas para la operatividad y mejoramiento continuo de la calidad del servicio y la atención al cliente.
- Es recomendable la óptima utilización y distribución de acuerdo al plan financiero, del capital de inicio proveniente del préstamo bancario y del aporte de los socios, con el propósito de que el proyecto disponga de toda la infraestructura, materiales, equipos, mobiliario, menaje, vajillas, muebles de catering, materias primas, de manera que se evite problemas en lo posterior.

- Con la finalidad de garantizar la calidad en el servicio de catering y asegurar la satisfacción del cliente, se debe seleccionar cuidadosamente los ingredientes de las recetas, y las mismas deben ser elaboradas bajo normas internacionales de calidad.
- El buen trato y capacitación continua deben ser los factores predominantes en cuanto al manejo del talento humano de la empresa se refiere, ya que estos factores hará que el personal que está en continuo contacto con el cliente, sea el transmisor propositivo y proactivo de los servicios que se oferta en la empresa.
- Por lo antes mencionado se recomienda la implementación de esta empresa, la misma que dará fuentes de trabajo directa e indirectamente, lo que es importante para la población del cantón, la recuperación de la inversión está dentro de los límites de los proyectos de factibilidad.

X. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- **PARAGUAY: CENTRO DE APOYO A LAS EMPRESAS.** Estudio de Mercado: Que es para qué Sirve; Manual de Orientación pasó a paso. Asunción: CAE 2000,. 250p. (1)
- **AGUER HORTAL, M.**Manual de Administración y Dirección de Empresas: Teoría y Ejercicios Resueltos. Madrid: Mc.Graw-Hill 2006. (2)
- **SUTHERLAND, D.** Servicio de Restaurantería. México: Trillas. 2010. (3)
- **GOMEZ, J.** Técnicas para Emprender un Evento. Madrid: Paraninfo. 2006. (4)
- **DENNIS, H. L.** Marketing de Eventos México: Trillas. 2001

- **EMPRESA (CONCEPTO)**

www.mailxmail.com/curso-empresa

2011 – 08 – 02

- **EMPRESA (CLASIFICACION)**

www.html.rincondelvago.com/analisi

2011 - 08 – 02

- **CATERING**

<http://www.mercadofiesta.com.ar/para>

2011 – 08 – 03

- **ALIMENTOS - BEBIDAS**

<http://www.nice-eventos.com>

2011 – 08 – 03

- **MESA FORMAL(MONTAJE)**

<http://www.utntyh.com/2009/09/montaje>

2011 – 08 – 06

- **SALONES (MONTAJE)**

<http://www.utntyh.com/2009/09/montaje>

2011 – 09 – 06

- **ETIQUETA**

<http://gonzalocruzsommelier.blogspot.com/>

2011 – 08 – 10

- **ECUADOR: INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICAS Y CENSOS.**

Datos Demográficos de Provincia de Morona Santiago. Quito:

INEC. 2001.

ANEXOS

Encuestas

ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO.

Facultad de Salud Pública.

Escuela de Gastronomía.

Reciba usted un cordial saludo, y al mismo tiempo agradeciéndole por la información brindada en esta encuesta, para lo cual solicitamos se digne responder las siguientes preguntas.

ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACION DE SUCUA

Objetivo: La presente encuesta va a determinar la necesidad de crear la empresa de catering y eventos “Sirloy” en el Cantón Sucúa provincia de Morona Santiago 2011.

Marque con una “X” la respuesta de su preferencia.

1. Cuando debe cumplir con un compromiso ¿Cómo organiza su evento?

Con la ayuda de un profesional por intuición

Por sugerencia por costumbre

2. En el cantón Sucúa ¿conoce la existencia de un profesional que se dedique a la organización de eventos?

Si No

3. ¿Considera que es necesaria la ayuda de un profesional en organización de eventos?

Siempre Rara vez Nunca

4. ¿Piensa que es importante que Sucúa cuente con una empresa que se dedique a la organización de eventos sociales?

Si No

5. ¿Cómo le gustaría que sea un evento?

Elegante Formal Semi- formal Original y Exclusivo

6. En lo referente al servicio de catering (alimentación) ¿cuáles son sus preferencias en caso de ser el anfitrión?

Sabores tradicionales

Cocina gourmet (elegancia)

Cocina internacional

7. ¿Qué tipo de evento considera que necesita ser asesorados por un profesional?

Cumpleaños

Reuniones empresariales

Seminarios y talleres

Reuniones familiares formales (Bodas, bautizos, etc.)

Todos los anteriores

8. ¿Con qué frecuencia usted asiste a estos tipos de eventos mencionados anteriormente?

1 a 2 veces por año 3 a 5 veces por año

Más de 5 veces por año

9. ¿Qué cantidad de dinero está dispuesto a pagar por persona en un evento formal? Tomando en cuenta que el precio incluye alimentación, servicio (meseros), vajilla, bebida, montaje de mesa.

15 – 20	<input type="checkbox"/>	26 - 30	<input type="checkbox"/>
21 – 25	<input type="checkbox"/>	31 o más	<input type="checkbox"/>

10. El servicio de catering y eventos Ud. Preferiría en:

Lugar específico de la empresa

Lugar de preferencia del cliente

1. Receta Estándar

Nombre: Creps de Mariscos

Tipo de preparación: Entrada

N° de porciones: 5 pax

CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTE	PROCEDIMIENTO	PRECIO TOTAL
½	Lb.	Harina	Tamizada	0.30
¼	Lt.	Leche	-	0.15
2	Unidad	Huevos	Limpios	0.30
1 ½	Lb	Camarón	Lavado/Desvenado	5.25
1	Lb	Mejillones	Lavado/Magros	3.75
½	Lb	Conchas	Lavado/Magros	2.25
30	Gr.	Salsa de tomate	-	0.10
35	Gr.	Mayonesa	-	0.15
c/n	-	Ajo/Sal	-	0.05
Sub total				12.30
Costo X Pax				2.46
MPD 44.72%				5.50
P.V.S.				5.50

Nombre: Lasaña de Berenjena

Tipo de preparación: Entrada

N° de porciones: 4 pax

CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTE	PROCEDIMIENTO	PRECIO TOTAL
½	Lb.	Carne molida de res	Salteada	1.00
½	Lb.	Carne molida de cerdo	Salteada	0.75
250	Gr.	Láminas de Berenjena	Cocidas a la plancha	0.65
10	Cc.	Aceite	-	0.04
2	Unidad	Cebolla	Brunoise	0.25
2	Unidad	Ajo	Brunoise fino	0.05
2	Unidad	Tomate	Pochado/Licuado/Tamizado	0.20
15	Cc.	Vino Blanco	Reducido	0.10
80	Gr.	Pasta de tomate	-	0.15
c/n	-	Tomillo-Laurel	-	0.05
80	Gr.	Harina	Tamizada	0.25
150	Cc.	Crema de leche	-	1.65
1	Lb.	Queso mozzarella	Rallado	3.25
125	Gr.	Queso parmesano	Rallado	1.05
			Sub total	8.50
			Costo X Pax	2.13
			MPD 44.72%	4.76
			P.V.S.	4.76

Nombre: Mar y Tierra en salsa de Champiñones frescos (lomo fino de res, langostino)

Tipo de preparación: Plato fuerte

N° de porciones: 4 pax

CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTE	PROCEDIMIENTO	PRECIO TOTAL
1	Lb.	Lomo fino Res	Medallones	2.75
1	Lb.	Langostino	Desvenado	8.00
1	Unidad	Cebolla	Brunoise fino	0.10
2	Unidad	Ajo	Brunoise fino	0.05
10	Cc.	Aceite	-	0.04
½	Lb.	Champiñones	Tajadas	1.50
120	Cc.	Crema de leche	-	1.50
80	Cc.	Vino blanco	Reducido	0.40
			Sub total	12.84
			Costo X Pax	3.21
			MPD 44.72%	1.44
			P.V.S.	4.65

Nombre: Lomo fino de res en salsa pasión (maracuyá)

Tipo de preparación: Plato Fuerte

N° de porciones: 5 pax

CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTE	PROCEDIMIENTO	PRECIO TOTAL
1½	Lb.	Lomo fino res	Medallón	4.20
2	Unidad	Ajo	Brunoise fino	0.05
1	Unidad	Cebolla	Brunoise fino	0.10
120	Cc.	Crema de leche	-	1.50
10	Cc.	Aceite	-	0.04
65	Cc.	Vino blanco	Reducido	0.65
2	Unidad	Maracuyá	Pulpa	0.80
			Sub total	7.34
			Costo X Pax	1.46
			MPD 44.72%	0.65
			P.V.S.	2.12

Nombre: Mar y tierra al mojo de ajo

- Guarnición: arroz primavera

Tipo de preparación: Plato Fuerte

N° de porciones: 6 pax

CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTE	PROCEDIMIENTO	PRECIO TOTAL
2½	Lb.	Pechuga Pollo	Fileteada	3.75
2	Lb.	Camarón	Pelado y desvenado	10.00
¼	Unidad	Apio	Brunoise fino	0.13
1½	Lb.	Arroz	Cocido	0.60
c/n	-	Curry	-	0.10
80	Cc.	Vino blanco	Reducido	0.40
250	Gr.	Choclo dulce	Conserva	1.30
4	Unidad	Ajo	Brunoise fino	0.10
20	Cc.	Aceite	-	0.10
1	Unidad	Limonos	Tajados	0.03
3	Unidad	Pimiento Rojo/Verde	Juliana	0.80
39	Gr.	Aceitunas	Chips	0.55
			Sub total	17.86
			Costo X Pax	2.97
			MPD 44.72%	6.64
			P.V.S.	6.64

Nombre: Camarones al ajillo papas francesas, ensalada fresca.

Tipo de preparación: Plato Fuerte (menú niños)

N° de porciones: 5 pax

CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTE	PROCEDIMIENTO	PRECIO TOTAL
2	Lb.	Camarón	Pelado y desvenado	10.00
2½	Lb.	Papas	Bastones	0.75
4	Unidad	Ajo	Brunoise fino	0.10
1	Unidad	Lechuga romana	Chiffonade	0.35
1½	Lb.	Pepinillo	Chips	0.60
2	Unidad	Zanahoria	Juliana/Salteada	0.12
40	Cc.	Aceite	-	0.20
80	Gr.	Queso mozzarella	Rallado	0.90
120	Cc.	Crema de leche	-	1.50
2	Unidad	Cebolla	Brunoise fino	0.12
1	Unidad	Limonos	Tajados	0.03
40	Cc.	Vino blanco	Reducido	0.20
c/n	-	Cebollín/Jengibre	Brunoise fino	0.25
			Sub total	15.12
			Costo X Pax	3.02
			MPD 44.72%	6.75
			P.V.S.	6.75

Nombre: Tiramisú.

Tipo de preparación: Postre

N° de porciones: 8 pax

CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTE	PROCEDIMIENTO	PRECIO TOTAL
3	Unidad	Yemas	Creinar	0.23
240	Gr	Azúcar fino	-	0.35
250	Gr.	QuesoMascarpone	Ablandado	2.25
1	Unidad	Clara de huevo	Punto de nieve	0.08
150	MI	Café fuerte	Preparado en amaretto	0.45
50	MI	Amaretto	Medido	1.50
50	Gr	Chocolate amargo	Fundido	0.65
30	Unidad	Bizcotelas galletas	Hidratadas de café fuerte	1.85
90	Gr.	Cherries	-	1.05
40	Gr	Chocolate en viruta	-	0.75
			Sub total	9.16
			Costo X Pax	1.15
			MPD 44.72%	2.57
			P.V.S.	2.57

Nombre: Babarois de maracuyá.

Tipo de preparación: Postre

N° de porciones: 7 pax

CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTE	PROCEDIMIENTO	PRECIO TOTAL
1000	Cc.	Pulpa de maracuyáfrizada	Descongelada	2.40
1	Tz.	Azúcar	-	0.35
6	Unidad	Huevos	-	0.90
1	Tz.	Sour cream	Refrigerada	1.05
4	Unidades	Sobres de gelatina sin sabor	Hidratada	0.65
1	Tz.	Agua fría	-	-
150	Gr.	Cherries	Conserva	1.18
			Sub total	5.98
			Costo X Pax	0.85
			MPD 44.72%	1.90
			P.V.S.	1.90

Servicio de Catering y Eventos “Sirloy”

Proforma 1



Cliente:

Fecha del evento:

Número de Pax:

Tipo de servicio: Gold

Tipo de Servicio Gold

Menú: Mar y Tierra especial en salsa de maracuyá y champiñones frescos (Langostino, filete de pollo, medallón de lomo fino de res).

- Salsa de Champiñones Frescos (Cebolla, ajo, vino tinto, crema de leche, sal, pimienta).
- Salsa de Maracuyá (cebolla blanca, ajo, pulpa de maracuyá, azúcar, laurel).
- Guarnición: Duquesa de papa, vegetales gratinados en salsa bechamel y queso parmesano.
- Postre: Torta de Naranja Rellena de nueces en almíbar de Naranja.
- Bebida: Agua Tónica o Agua Mineral con gas.
- Bocaditos de sal: bolitas de pollo apanadas con cereal sin sabor.

- Discomóvil desde las 9:00 p.m hasta las 2:00 p.m.
- Servicio de Meseros para servir los alimentos y licor.
- Maestro de ceremonias.

- Vajilla
- Cubertería
- Mantelería

Servicio de Catering y Eventos “Sirloy”
Proforma 1



Cliente:

Fecha del evento:

Número de Pax:

Tipo de servicio: Platinum

Tipo de Servicio Platinum

<p>Menú: Cerdo en salsa de mora, pollo florentino en salsa blanca. (chuleta de cerdo, pechuga de pollo rellena con tocino, verduras)</p> <ul style="list-style-type: none">- Salsa de Mora (Cebolla, ajo, vino tinto, pulpa de mora, azúcar, pimienta).- Salsa blanca (cebolla blanca, ajo, mantequilla, harina, laurel, sal, pimienta, vino blanco).- Guarnición: Arroz a las finas hiervas, ensalada celestial (mango, apio, manzana, camarón, yogurt sin sabor)- Postre: selva negra.- Bebida: Agua Mineral con gas.
<ul style="list-style-type: none">- Discomóvil desde las 9:00 p.m hasta las 2:00 p.m.- Servicio de Meseros para servir los alimentos y licor.- Maestro de ceremonia.
<ul style="list-style-type: none">- Vajilla- Cubertería- Mantelería

Servicio de Catering y Eventos “Sirloy”
Proforma 1



Cliente:

Fecha del evento:

Número de Pax:

Tipo de servicio: Simple

Tipo de Servicio Simple

Menú: Lomo Fino en salsa de mariscos
(Lomo fino de res.)

- Salsa de Mariscos (Cebolla, ajo, vino tinto, camarones picados, crema de leche, sal, pimienta).
- Guarnición: Arroz Congry (cebolla, ajo, pimientos, frejol negro, tocino), vegetales gratinados (coliflor, brócoli, salsa bechamel, queso parmesano)
- Bebida: Agua Mineral con gas.

- Discomóvil desde las 9:00 p.m hasta las 2:00 p.m.
- Servicio de Meseros para servir los alimentos y licor.

- Vajilla
- Cubertería
- Mantelería