UNIVERSIDAD DE LOS HEMISFERIOS

ARTES CULINARIAS

PLAN DE NEGOCIOS DE UN CATERING DE EVENTOS SOCIALES

TRABAJO DE TITULACION PARA LA OBTENCION DE LICENCIADO EN ARTES CULINARIAS

AUTOR: DAVID ESTEBAN YÉPEZ MANTILLA

TUTORA: MARIA JOSE BRIONES CHUN

QUITO, JULIO, 2020

Resumen

En este trabajo se presenta un plan de negocios de un catering de eventos sociales. El primer tema que se trató es una investigación teórica sobre lo que es un catering y que tipos de catering existen para delimitar el tipo de catering al que se enfoca el documento. Se presenta en el documento características del catering de eventos sociales, la organización de estos y las partes que lo conforman.

En el segundo capítulo se llevó a cabo un estudio del entorno en el que se desarrollaría el negocio, estrategias de mercado para ganar a la competencia. Se exhibe un diagnostico situacional, un diagnóstico FODA, así como la visión, misión y valores bajo los que se regirá el negocio. El FODA sirve como herramienta de análisis para crear un lineamiento estratégico junto con las propuestas y objetivos estratégicos que llevarán al catering a crecer.

Como tercer punto se ha realizado un estudio financiero del costo de inversión que necesitaría un catering de esta índole para que sea rentable y pueda sustentarse y crecer en el mercado de hoy en día. El presupuesto que se ha estipulado toma en cuenta todos los permisos de funcionamiento que se requieren para crear un negocio en la ciudad de Quito, los equipos y oficina que se necesitará para que el negocio sea sustentable y el costo de publicidad y del plan marketing que se empleará.

Declaración de aceptación de norma ética y derechos

El presente documento se ciñe a las normas éticas y reglamentarias de la Universidad de Los Hemisferios. Así, declaro que lo contenido en este ha sido redactado con entera sujeción al respeto de los derechos de autor, citando adecuadamente las fuentes. Por tal motivo, autorizo a la Biblioteca a que haga pública su disponibilidad para lectura, a la vez que cedo los derechos de publicación a la Universidad de Los Hemisferios.

De comprobarse que no cumplí con las estipulaciones éticas, incurriendo en caso de plagio, me someto a las determinaciones que la propia Universidad plantee. Asimismo, no podré disponer del contenido de la presente investigación a menos que eleve por escrito el requerimiento para su evaluación a la Comisión Permanente de la Universidad de Los Hemisferios.

Nombre…… Firma del postulante……

ÍNDICE

Plan de negocios de un Catering de eventos sociales 6
Planteamiento 6
Justificación del problema 7
Objetivos 8
Objetivo general 8
Objetivos específicos 8
CAPÍTULO I 9
1.1 Marco teórico 9
1.2 ¿Qué es un emprendimiento? 9
1.3 Fundamentos teóricos de un emprendimiento 9
1.4 ¿Qué se necesita para un emprendimiento? 10
1.5 ¿Qué es un catering? 10
1.6 Variedad de catering 11
1.7 Características de catering 13
1.8 Organización de eventos 16
1.9 Partes de un catering de eventos sociales 17
CAPITULO II 18
2.1 Diagnostico situacional 18
2.2 FODA 19
2.3 Misión 21
2.4 Visión 21
2.5 Valores del catering 21
2.6 Objetivos de la propuesta 21
2.7 Planteamiento estratégico mediante objetivos 22
2.8 Líneas de acción estratégica 23
2.9 Segmentación del mercado 28
CAPITULO III 30
3. Presupuesto de creación y operación y plan de marketing 30
3.1 Inversión del proyecto 30
3.2 Permisos de funcionamiento para un negocio en Quito 30
3.3 Inversión total del proyecto 31
3.4 Plan de Marketing 32
3.4.1 Logo y nombre 32
3.4.2 Marketing Mix 32

3.4.3 Las 4 As 35
3.4.4 Publicidad 36
Anexos 38
Bibliografía 47

Índice de ilustraciones

Ilustración 1: Catering Social 11
Ilustración 2: Aperitivos 11
Ilustración 3: Coctel 12
Ilustración 4: Buffet 12
Ilustración 5: Recepción 12
Ilustración 6: Desayuno de trabajo 12
Ilustración 7: Brunch 13
Ilustración 8: Coffe break 13
Ilustración 9: Tarjetas de presentación 37

Índice de tablas

Tabla 1: Foda cruzada 20
Tabla 2: Objetivos específicos de la propuesta 21
Tabla 3: Planteamiento estratégico mediante objetivos 22
Tabla 4: Líneas de acción estratégica 23
Tabla 5: Financiero 24
Tabla 6: Recurso humano 25
Tabla 7: Promoción 26
Tabla 8: Infraestructura 27
Tabla 9: Variables de la segmentación de mercados 28
Tabla 10: Permisos con costos 30
Tabla 11: Permisos sin costo o con costo al momento de creación 31
Tabla 12: Inversión inicial 31
Tabla 13: Inversión 31
Tabla 14: Promoción 35
Tabla 15: Las 4 A 36

Plan de negocios de un Catering de eventos sociales

Planteamiento

En la industria de alimentos y bebidas existen varios tipos de negocios que cumplen con la función de alimentar a la población, estos negocios pueden ser restaurantes, hoteles, catering de eventos sociales, entre otros. La constitución de este tipo de empresas requiere del cumplimiento de una serie de procesos legales, administrativos, económicos que rigen en la región de creación.

En la ciudad de Quito existen varias empresas de catering de eventos sociales que han sido creadas de manera informal, según se puede ver en el Catastro de Establecimientos de alimentos y bebidas, documento oficial emitido por el Ministerio de Turismo donde reflejan la información de todos los establecimientos que se han constituido en la ciudad de Quito de manera formal.

El presente proyecto, constituye un plan de negocios de un catering de eventos sociales donde se abordará los procesos legales, administrativos, de logística y de promoción en la constitución de la empresa.

Justificación del problema

La crisis laboral en Ecuador se ha vuelto preocupante, ya que las cifras de desempleo y subempleo han crecido. “En el caso del Ecuador la Organización Internacional del Trabajo (OIT) advierte una caída importante de la capacidad de generar fuentes de trabajo", expresa Martínez quien dijo que esta tendencia se mantendrá en este año.” La subocupación es un gran problema en Ecuador, ya que afecta al 49.86% de la población. (La Hora, 2020)

Para lo cual, se considera como una opción para atenuar la situación antes expuesta, el emprendimiento que es una actividad de iniciativa propia que busca generar ingresos de manera independiente, generar empleo y por ende dinamizar la economía local con proyección al crecimiento.

El presente trabajo investigativo constituye un documento guía donde expresa las bases de creación de una empresa de catering de eventos sociales en el Distrito Metropolitano de Quito. Recopila los procesos e información de los recursos necesarios que deben ser tomados en cuenta para que el negocio sea legal y funcione de manera correcta.

Objetivos

Objetivo general

Diseñar un modelo de un catering de eventos sociales que cumpla con los estándares de producción, servicio de alimentos y bebidas, con el propósito de fidelizar al cliente.

Objetivos específicos

- Fundamentar en base a revisión bibliográfica la base teórica que respalda el presente estudio.
- Realizar un diagnóstico situacional de los establecimientos de catering de eventos sociales, para conocer el mercado potencial en el que se desarrollaría la empresa.
- Proyectar un presupuesto para la potencial creación del catering de eventos sociales, mediante un plan de marketing que permita desarrollar la oferta que satisfaga la necesidad del cliente.

CAPÍTULO I

1.1 Marco teórico

1.2 ¿Qué es un emprendimiento?

La palabra emprendimiento viene de la palabra emprender que significa: "Acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro." (Real Academia Española, 2020)

1.3 Fundamentos teóricos de un emprendimiento

1.3.1 Toma de decisiones. – Es un proceso en el cual se obtiene de resultado una o más soluciones para resolver un problema. (Ecured, S/F)

Tipos de decisiones. –

1.3.1.1 Decisiones programadas. - Son decisiones que se toman regularmente, la persona que tome esta decisión ya tiene una pauta que seguir para resolver algún problema.

1.3.1.2 Decisiones no programadas. – Son decisiones que se toman frente a problemas poco frecuentes, necesitan una solución específica.

Proceso en la toma de decisiones. –

- Identificar y analizar el problema
- Definir la prioridad para atender el problema
- Generar opciones de solución y evaluarlas
- Elegir la mejor opción
- Aplicar la solución
- Evaluar los resultados

1.3.3 Ética y responsabilidad social. - Actualmente las empresas ya no se crean con fines lucro, deben responder a alguna finalidad social, como, por ejemplo, dar trabajo a gente o ayudar de alguna manera al medio ambiente. También responden a dar un mejor ámbito laboral, respetar los derechos humanos, laborales, no usar mano de obra infantil, etc.

1.3.4 Idea de negocio. – Es una descripción breve de lo que va a ser el negocio. Los negocios son de diferente naturaleza, actividades de producción o industriales, actividades de comercio y actividades de servicio.

1.3.5 El plan de negocio. – Detalla los aspectos del negocio, muestra su funcionamiento y como se lo pondrá en práctica. (Maldonado, 2012)

1.4 ¿Qué se necesita para un emprendimiento?

1.4.1 Explorar. – Analizar los problemas y necesidades reales del lugar donde se desea establecer el catering

1.4.2 Modelo de negocio. – herramienta previa al plan de negocio, donde se puede cambiar cada detalle y pulir lo que se va a ofrecer al mercado.

1.4.3 Plan de negocio. – Crear un documento claro con la información y resultados precisos que se han conseguido. Dentro del plan de negocio hay algunos puntos:

- Conocer la clase de emprendimiento. – Decidir si el negocio será por oportunidad o por necesidad.
- Capacitación. – Tener conocimiento sobre el tema, estudiar una carrera a fin o ir a cursos de emprendimiento.
- Financiamiento. – Hay 3 tipos: financiamiento propio, familiar o crédito. No necesariamente debe ser de un solo tipo.
- Emprender solo o en compañía. – Puede crearse un negocio solo, la persona tendrá el control de todo sobre su empresa, el problema es que es un trabajo arduo. En compañía tendrá que decidir en conjunto, pero siempre hay en quien apoyarse para la toma de decisiones, es aconsejable establecer acuerdos.
- Logo. – La marca es uno de los elementos más importantes ya que de esta manera el público conocerá a la empresa. “El catedrático Frías indica que un paso que no se debe olvidar es registrarlo en el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (IEPI), para que así la marca esté protegida.” (Mora, 2018)

1.4.4 Conexión con la audiencia. – Crear una conexión entre el cliente y la empresa sirve para recibir críticas, sugerencias o dudas las cuales sirven para mejorar del servicio o producto. (Mora, 2018)

1.5 ¿Qué es un catering?

Se entiende como "catering" a toda aquella actividad que tiene como finalidad la producción, realización y posterior ejecución de un servicio de alimentos y bebidas, ésta última en un lugar remoto al centro de producción. Se trata de llevar un servicio a cualquier lugar acordado con el cliente, cubriendo todos aquellos aspectos que pudieran ser necesidades de este (alimentos, bebidas, música, mobiliario, decoración, personal de servicio, azafatas, transporte para personas, guías, etc.). (Carrasco, 2010)

Al determinar la conceptualización de Catering, se procederá con la variedad de distribución, que se encuentran dentro de este servicio. Se subdividen en: el sector en el cual opera y por la finalidad de su aplicación.

1.6 Variedad de catering

Por el sector que opera. -

- Aéreo
- Ferrocarriles
- Buques
- Industrial

Por el motivo de aplicación. -

Catering Social. - Aquel que ofrece los alimentos para festejos en lugares escogidos por los clientes como son haciendas, quintas, salas de recepciones, etc.; los alimentos son finalizados y servidos al comensal.

Ilustración 1: Catering Social

Fuente: (Semillas de maiz catering, n.d.)

Servicio de catering en eventos sociales. –

Servicio de aperitivos. – tiene una duración de 10 a 15 minutos, por lo general se ofrece 3 bocaditos por cada persona dos de sal y uno de dulce.

Ilustración 2: Aperitivos

Fuente: (Valkicocina, n.d.)

Servicio de cocktail. – este servicio suele hacerse entre las 11 y 13 horas; y de 19 a 21 horas. Se ofrece entre 15 a 20 bocaditos por persona, en su mayoría bocaditos de sal.

El coctel tiene subdivisiones las cuales son:

Servicio vernissage. – sirve para la inauguración o lanzamiento de algún producto, se ofrece champagne o vino y bocaditos varios.

Servicio vino de honor. – Se ofrecen vinos dulces y bocaditos para honrar a alguien o a algún logro hecho por un equipo.

Ilustración 3: Coctel

Fuente: (Bangkokpartyrentals, n.d.)

Servicio de Buffet. – El tiempo estimado es de 3 horas, suele servirse una gran variedad de platos entre fríos, calientes, guarniciones, dulces y frutas. El comensal debe acercarse a la mesa donde se disponen de los alimentos.

Ilustración 4: Buffet

Fuente: (Sheraton, n.d.)

Servicio de Recepción, comida o banquete. – Evento largo, suele durar entre 6 a 8 horas, suelen efectuarse a partir de las 10am, primero se hace una recepción en la cual se brindan algunos bocaditos por persona (6 por persona), brindis, después se da la entrada, sorbete, plato fuerte, postre, a veces se ofrece café y mesas de dulces.

Ilustración 5: Recepción

Fuente: (Grupoeventual, n.d.)

Servicio de desayuno de trabajo. – Es un desayuno que se ofrece dentro del trabajo, por lo general solo es para los directivos, su vestimenta es formal.

Ilustración 6: Desayuno de trabajo

Fuente: (Shakeitexperience, n.d.)

Servicio de brunch. – Es un servicio entre el desayuno y el almuerzo, la hora estimada de ejecución es a las 11am y dura una hora y media como máximo.

Ilustración 7: Brunch

Fuente: (Foodandtravel, n.d.)

Servicio coffee break. – Se sirve en un receso de reuniones, dura entre 15 a 30 minutos, se ofrece jugos, gaseosas, café, té, bocaditos salados y dulces, sánduches pequeños.

Ilustración 8: Coffe break

Fuente: (Bodas, n.d.)

(Instituto Politecnico Nacional Escuela Superior de Turismo, 2017)

1.7 Características de catering

- Antes de comenzar cada evento se organizan brigadas para que todo salga acorde a lo planeado. Unos minutos antes del evento se le da al personal una charla de motivación y de guía. Los capitanes junto con el resto del personal deben estar claros de cuantas personas serán las atendidas. Debe tomarse en cuenta el transporte. Estos puntos forman parte de la logística del evento.
- Dentro de un evento servido a la mesa la ganancia es más alta que la de un buffet ya que la comida se compra con más exactitud. (Raza, 2011)

Características de catering de eventos Sociales

Se observa que hay una gran cantidad de tipos de catering y en el mercado hay una gran oferta de cada uno de estos para suplir la demanda existente. El catering en el que se enfocará este trabajo es el catering de eventos sociales.

Un evento social es la reunión de personas organizada con antelación, para disfrutar de una ocasión o conmemorar algo de importancia para los invitados. Los

alimentos se preparan en las instalaciones del catering, muy pocos detalles se los termina en el lugar del evento. El servicio, los alimentos y la decoración del lugar son los puntos esenciales en los cuales los organizadores deben enfocarse.

Para que un evento salga a la perfección debe ser planificado y organizado con anticipación. La mayoría de los clientes tienen un millón de ideas para sus eventos las cuales deben ser organizadas de la mejor manera. Se puede guiar a los clientes hacia una toma de decisiones que beneficie tanto a la empresa como al cliente.

Las decoraciones que se usan en los eventos deben ser reutilizables para minimizar el gasto de cada evento. Por ejemplo, lámparas nuevas que se debe comprar, que se acoplen a bodas, graduaciones, y hasta cumpleaños. Estas decoraciones complementan al montaje de la mesa los cuales son cristalería, vajilla, y cubertería, que son usados en casi todos los eventos que se realizan. Cada evento que se haga va a tener su distinción y su grado de dificultad.

Para realizar el evento se debe firmar un contrato en el que conste los servicios que presta la empresa y el anticipo del 60% del costo del evento. Esto ayuda como constancia de los servicios que serán dados al cliente y las condiciones con las cuales se trabajará.

Uno de los primeros elementos que se debe hacer para un evento es el briefing o itinerario el cual es un documento que se lo revisa durante todo el evento ya que allí estarán todas las actividades a hacer con detalle, este lo tendrán, el organizador, capitán de servicio y animador. Para el resto del personal que sería cocina reciben el cronograma donde señala los horarios de servicio de alimento y bebidas.

No todos los eventos estarán dirigidos al mismo target, así que al momento de planificar el evento se debe aclarar al cliente que tipo de público asistirá al evento para de acuerdo con esto plantear las actividades, las cuales deben incluir a todos los invitados. El cronograma debe ir de acuerdo con el evento, horario en el cual se llevará a cabo, sector, espacio con el que se cuente.

Grijó (2017) Afirma que dentro de un briefing deben tomarse en cuenta los siguientes puntos:

- La idea creativa
- El público objetivo

- La fecha y lugar de celebración
- El presupuesto
- El programa del desarrollo del evento
- Las gestiones con los proveedores
- Las acciones durante, antes y después del evento.

Las ideas que el catering brinde al cliente y le guste dará más posibilidades de ser contratados de nuevo. Los clientes por lo general en sus celebraciones quieren tener una mayor variedad de bebidas alcohólicas, alimentos, espectáculos, juegos lo cuales son posibles hacer con una buena logística del evento.

Hay muchos tipos de clientes dentro de los eventos, algunos son exigentes, que miran todo lo que pasa en el evento y los relajados que dejan que los organizadores hagan su trabajo; también están aquellos que apenas tienen un par de ideas pero que no se sienten seguros de que nomás quieren para su evento, aquí entra la creatividad y la experiencia del catering para mostrar al cliente que se puede hacer. También hay entre los clientes aquellos que son muy desconfiados y están atrás del organizador preocupados en vez de estar disfrutando del evento.

Tipos de formatos del catering

Todos los contratos con proveedores y clientes se tendrán en físico con las firmas de cada parte, en el computador se tendrán digitalizados al igual que el resto de los formatos que se usan. Las requisiciones, los inventarios y la agenda de eventos estarán en digital para mayor facilidad ya sea de búsqueda o para saber cuándo se tendrá eventos. La antelación es primordial para la organización, reservación y planificación dentro de la agenda, de esta manera asegurar un óptimo trabajo.

Los proveedores con los que el catering trabajará deben ser puntuales, accesibles, estar listos para cualquier emergencia. Al ser un catering se tendrá algunos paquetes que incluyen muchas opciones de alimentos, decoración, etc. Por lo cual se trabajará con algunos proveedores de diferentes tipos como son cárnicos, lácteos, mariscos, vegetales, alquileres de mesas, sillas, etc. Los cuales deben tener facilidades de pago ya que los eventos por lo general funcionan con un pago del 60% el cual estará dispuesto para diferentes aspectos del evento, no solo para proveedores. Todo esto debe estipularse en los términos y condiciones al momento de hacer el contrato.

Formatos

El catering cuenta con algunos formatos imprescindibles para su correcto funcionamiento, estos constan de información básica de la empresa, clientes, de sus aliados en el caso de contratos; y de las actividades que debe hacer cada área para el evento.

Formato para proveedores. –

Estipula las condiciones con las que se trabajará, costos, promociones, método de pago, a parte de los datos de ambas empresas. (Ver anexo A)

Contrato clientes. –

En este documento se reflejan los costos, condiciones del evento del cliente, tipo de montaje, menú, decoraciones y cualquier otra especificación a la que se ha llegado. (Ver anexo B)

Formato cocina. –

En este documento consta el menú y tiempos a los que se servirán los platos de los eventos. (Ver anexo C)

Formato servicio. –

En este documento el personal de servicio encontrará las decoraciones, montajes y tiempos de cada aspecto que los concierne. (Ver anexo D)

1.8 Organización de eventos

Planificación. – Previsión y planeación: Determinar objetivos, analizar los eventos anteriores que se han visto o tenido, tomar decisiones y mejorar los eventos a partir del análisis.

Organización. – Se asigna funciones para cada persona, se determinan los rangos con las que se trabajará y permite buscar los perfiles que se necesitan en los trabajos y puestos libres. El plan general que se debe llevar a cabo para cada evento siempre será el mismo, realizar un listado de tareas, determinar los costos de todo el evento. Después se debe “agendar” todo el trabajo a hacer, poner tiempo, días para realizar todos los preparativos de cada evento.

Dentro de este punto se debe tomar en cuenta todas las contrataciones del evento, los proveedores de alimentos, bebida, la mantelería, cristalería, cubertería, carpas, mesas y sillas. Puede haber problemas minúsculos durante o justo antes del evento, es de suma importancia resolverlos y evitar que el cliente lo note.

Implementación. – Se pone en marcha el evento. Se verifica que toda la planificación se haga acorde a lo constituido. Se deben estandarizar los costos.

Durante el evento se lleva el checklist, lo que falta por hacer y las cosas que pueden mejorarse antes de que el evento comience. El personal estará completamente calificado para manejar cualquier inconveniente que pudiera suceder durante el evento. Se pone tiempos para cada paso del evento para que se pueda estimar el tiempo del servicio, esto como forma de control para los eventos próximos.

Control. – Esta parte se realiza después del evento, se mide si el evento fue de agrado para el cliente, se analizan los resultados y se planean estrategias para mejorar lo mejorable y perfeccionar el resto del evento. (Pereyra, 2012) Todas las sugerencias de los clientes son bienvenidas, ayudará a mejorar los eventos. Hacer una encuesta a los contratantes ayudará al catering a llegar a estar entre los mejores de Quito.

1.9 Partes de un catering de eventos sociales

Financiero. – Se encarga de hacer las compras de todo el evento, recibe las requisiciones de las otras áreas del catering para comprar. Alquileres. – Se encarga de pedir todo el menaje, carpas, sillas, mesas que sean necesarias para el evento, debe pasar una requisición por el área de compras.

Bodega. – Se encarga de mantener un stock mínimo de insumos, también los almacena para que puedan usarse durante los eventos.

El servicio. – Se encarga del montaje del evento, servicio y desmontaje de este. Decoración. – se encarga de que el lugar donde se llevará a cabo el evento este limpio, decorado, que funcione todo, etc. O más comúnmente llamado que esté a punto.

La Cocina. – Se encarga de preparar los alimentos del evento, bocaditos, platos fuertes, postres, bebidas y del montaje de los platos

Área de lavado. – Este departamento lava todos los uniformes, trapos, mantelería y en algunos casos de catering también lavan el menaje del evento.

CAPITULO II

2.1 Diagnostico situacional

En el proceso de creación de un negocio es importante investigar y tener en cuenta todos los factores que podrían afectar o beneficiar al desarrollo de este, ya sean factores internos o externos de la empresa.

Macroentorno

En cualquier negocio se debe estudiar los factores de amenazas y oportunidades que afectan a la empresa, como, por ejemplo: la economía, tecnología del país o ciudad donde se estructurará el emprendimiento.

Un negocio que se fundamenta mediante estudio y planificación es capaz de crecer paulatinamente y crear estabilidad competitiva en el mercado. Las principales amenazas hacia los negocios son: economía, leyes, tecnología, materia prima, competencia, etc. La economía es una de las principales amenazas en cualquier tipo de negocio, a pesar de que el catering sea excelente, si la economía desciende los clientes serán afectados y por ende los ingresos del negocio. Otro punto es el medio ambiente, el catering depende de productos agrícolas, si hay muchos cambios climáticos la materia prima se daña lo cual hay que tener plan de contingencia. (Emprende pyme, 2016)

Las oportunidades que se tienen en cambio son las cuales se deben aprovechar al máximo para asegurar el crecimiento óptimo de la empresa. Los emprendimientos pueden ayudarse de las nuevas herramientas digitales que hoy en día existen como son Facebook, Instagram, etc. Las cuales ayudan en el marketing y publicidad que los negocios necesitan para darse a conocer. Hay que aprovechar las oportunidades que el estado ofrezca para poder triunfar; en Ecuador se creó una organización llamada, Alianza para el emprendimiento e innovación, el cual tiene como objetivo “Posicionar al Ecuador dentro de los tres países más atractivos para emprender en Latinoamérica en el 2020. “ (innovación, 2013-2014)

Microentorno

Cuando una empresa está en gestación se toman en cuenta algunos factores claves que podrían afectarlo, por ejemplo: proveedores, mercado, clientes, ubicación, etc. Y también factores internos del negocio como son: trabajadores, economía, equipos, etc.

Las debilidades son aquellas características en las cuales la empresa es deficiente, e impiden lograr las metas que se han propuesto. Lo primero que hay que hacer es detectar cuales son estas debilidades, acto seguido buscar soluciones rápidas y efectivas para mejorar.

Las fortalezas en la empresa destacan por encima de otras. Con esta información lo que se hace es descubrir cuales son los motivos que han llevado al negocio a ser tan bueno de tal manera que se usen al máximo y lleven a la empresa a ser una marca exitosa.

2.2 FODA

Es una herramienta mediante la cual se descubre las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la empresa para crear estrategias de marketing que ayuden a el desarrollo del negocio.

Tabla 1: Foda cruzada

MATRIZ FODA CRUZADA		
OA FD	**OPORTUNIDAD** • Hay alta demanda de catering en Quito • Se encuentra dentro de Quito • Ayuda del gobierno con el proyecto Alianza para el emprendimiento e innovación. • Incremento en la popularidad del catering, con un buen maneja de la publicidad.	**AMENAZA** • Competencia directa fuerte • Inestabilidad económica del país El nicho de mercado cada vez es más pequeño porque cada vez salen más catering en Quito • Aumento de precios en materia prima • Inestabilidad política del país.
FORTALEZA • El precio con relación a la oferta es bueno • Se paga el 60% del evento con antelación, el restante el día del evento al terminar. • Está en constante mejora e innovación • Siempre se hará feedback • Personal altamente calificado para el cargo. • Excelente calidad y cuidado en la elaboración de los alimentos. • Condiciones higiénico-sanitarias adecuadas en todo momento.	• Realizar paquetes atractivos, mejorar las propuestas de la competencia.	• Trabajar con proveedores mediante contratos para congelar costos.
DEBILIDAD • No incluye DJ ni animador • El catering es nuevo • El financiamiento del emprendimiento es un poco alto.	• Apoyarse en las facilidades que da el gobierno para la creación y publicidad del catering.	• Hacer un contrato con animadores y dj. • No hacer la inversión completa, hacerla paulatinamente.

Fuente: Yépez, Da. (2020)

2.3 Misión

Ofrecer a nuestra distinguida clientela un servicio único y adaptado a los requisitos y necesidades con la mejor atención tomando en cuenta la experiencia, el trabajo en equipo y la satisfacción total del cliente, logrando esto con una adecuada organización y planificación para que el cliente no deba preocuparse por el evento, dándole así un descanso y una excelente manera de disfrutar de su día especial.

2.4 Visión

Llegar a ser el mejor catering, organizadores de eventos y servicio en alimentos y bebidas por la satisfacción que daremos al cliente tomando de base la mejora continua e innovadora de nuestro excelente equipo de trabajo gracias a nuestros altos estándares de calidad que poseemos en todas las áreas del evento.

2.5 Valores del catering

Puntualidad. – No solo para el equipo de trabajo sino para los clientes potenciales, en la preparación y dentro del evento hay que manejar muy bien los tiempos.

Excelencia. – La calidad llevada a su máximo nivel, exigir lo mejor a cada persona que conforma la empresa.

Resolución. – Capacidad para resolver cualquier problema que se presente.

Constancia. – Hacer los eventos cada vez mejor, nunca decaer. Es constante mejora.

2.6 Objetivos de la propuesta

Objetivo general

Satisfacer la demanda y necesidad de los clientes mediante la creación de un catering de alimentos y bebidas ofreciendo un servicio y comodidad únicos para la organización y ejecución del evento.

Objetivos específicos

Tabla 2: Objetivos específicos de la propuesta

ÁREA	OBJETIVO
FINANCIERO	Generar un beneficio económico favorable para pagar la inversión inicial y ayudar económicamente a los trabajadores.
SOCIAL	Crear plazas de trabajo en la ciudad de Quito para que el desempleo y subempleo no sean tan altos.
PROMOCION	Diseñar un plan de publicidad y marketing mediante las redes sociales.
INFRAESTRUCTURA	Implementar nuevas tecnologías y equipos que ayuden al desarrollo y efectivicen la producción del catering.

Fuente: Yépez, Da. (2020)

2.7 Planteamiento estratégico mediante objetivos

Tabla 3: Planteamiento estratégico mediante objetivos

ÁREA	OBJETIVO	OBJETIVO ESTRATÉGICO
FINANCIERO	Generar rentabilidad económica para que la empresa sea sustentable mediante procesos de ahorro y control del flujo económico.	Mantener el flujo de dinero y calidad del producto estable.
		Contar con un registro del dinero que entra y sale de la empresa.
		Perfeccionar el uso de materia prima y disminuir el uso de materiales de un solo uso.
RECURSO HUMANO	Conformar un equipo de trabajo eficiente para la operación de la empresa que coadyuve a la satisfacción de las necesidades del cliente.	Estructurar un programa de capacitación para que el personal esté calificado para el trabajo.
		Diseñar perfiles profesionales en base a las funciones y responsabilidades de cada puesto de trabajo
PROMOCION	Fidelizar al cliente para que siempre contrate los servicios del catering.	Diseñar un plan de marketing para satisfacer las necesidades del cliente.
INFRAESTRUCTURA	Desarrollar y conservar la infraestructura para el crecimiento y buen funcionamiento del catering.	Capacitar al personal para el uso de maquinaria y el correcto manejo de desperdicios, de esta manera mantener una infraestructura sólida.

Fuente: Yépez, Da. (2020)

2.8 Líneas de acción estratégica

El catering necesita actividades operativas que garanticen el cumplimiento de los objetivos específicos, procesos los cuales serán cuantificados mediante indicadores para medir la funcionalidad y cumplimiento de tiempos determinados con la periodicidad propuesta.

Tabla 4: Líneas de acción estratégica

Línea de acción estratégica	Incluye actividades principales que direccionan al cumplimiento del objetivo departamental.
Indicador	Parámetros de estudio que generan información situacional en el proceso los mismos que pueden ser cualitativos o cuantitativos, los cuales servirán para valorar el cumplimiento.
Secuencia	Número de aplicaciones a realizarse en el modelo de gestión.
Responsable	Actores que intervienen y se comprometen en el cumplimiento obligatorio de determinada acción o responsabilidad.
Periodicidad	Frecuencia aplicada a la ejecución de las actividades o procesos determinados.

Fuente: Yépez, Da. (2020)

2.8.1 FINANCIERO

Tabla 5: Financiero

OBJETIVO	OBJETIVO ESTRATÉGICO	Línea de acción estratégica	INDICADOR	SECUENCIA	RESPONSABLES	PERIODICIDAD					
						1	2	3	4	5	6
Generar rentabilidad económica para que la empresa sea sustentable mediante procesos de ahorro y control del flujo económico.	Mantener el flujo de dinero y rendimiento del producto estable.	Realizar un contrato con los proveedores para congelar los precios y establecer las especificaciones del producto.	Registro de rendimiento y precio.	Mensual	Dueño	x					
	Contar con un registro del dinero que ingresa y sale de la empresa.	Mantener un flujo de caja que se utiliza la empresa.	Flujo de caja	Eventual	Dueño	x					
	Perfeccionar el uso de materia prima y disminuir el uso de materiales de un solo uso.	Crear un plan para evitar el desperdicio innecesario de materia prima.	Tabla de merma	Eventual	Dueño	x					
		Disminuir el uso de materiales desechables para disminuir el gasto económico.	Reglamento de uso de materiales desechables.	Eventual	Dueño	x					

Fuente: Yépez, Da. (2020)

2.8.2 RECURSO HUMANO

Tabla 6: Recurso humano

OBJETIVO	OBJETIVO ESTRATÉGICO	Línea de acción estratégica	INDICADOR	SECUENCIA	RESPONSABLES	PERIODICIDAD					
						1	2	3	4	5	6
Conformar un equipo de trabajo eficiente para la operación de la empresa que coadyuve a la satisfacción de las necesidades del cliente.	Estructurar un programa de capacitación para que el personal esté calificado para el trabajo.	Empoderar a los empleados sobre la importancia del buen servicio y la hospitalidad	Encuesta a los clientes	Eventual	Dueño	x					
		Armar un plan de capacitación para los empleados acorde al área de trabajo y desempeño	Prueba de rendimiento antes y después	Mensual	Recursos humanos	x					
	Diseñar perfiles profesionales en base a las funciones y responsabilidades de cada puesto de trabajo	Establecer el perfil específico para cada puesto de trabajo, para el área operativa y administrativa	Carpeta de especificaciones de la empresa	Anual	Recursos humanos	x					

Fuente: Yépez, Da. (2020)

2.8.3 PROMOCIÓN

Tabla 7: Promoción

OBJETIVO	OBJETIVO ESTRATÉGICO	Línea de acción estratégica	INDICADOR	SECUENCIA	RESPONSABLES	PERIODICIDAD					
						1	2	3	4	5	6
Fidelizar al cliente para que siempre contrate los servicios del catering.	Crear un plan de marketing para satisfacer las necesidades del cliente.	Contratar a un community manager para promocionar la empresa en redes sociales. (largo plazo)	Valorar el incremento de popularidad.	Mensual	Dueño	x					
		Hacer un paquete de promociones que premie la fidelidad de los clientes.	Registro de fidelidad y regreso del cliente	Eventual	Encargado de marketing			x			

Fuente: Yépez, Da. (2020)

2.8.4 INFRAESTRUCTURA

Tabla 8: Infraestructura

OBJETIVO	OBJETIVO ESTRATÉGICO	Línea de acción estratégica	INDICADOR	SECUENCIA	RESPONSABLES	PERIODICIDAD					
						1	2	3	4	5	6
Desarrollar y conservar la infraestructura para el crecimiento y buen funcionamiento del catering.	Capacitar al personal para el uso de maquinaria y el correcto manejo de desperdicios, de esta manera mantener una infraestructura sólida.	Equipar el catering con maquinaria con nueva tecnología para que la producción sea eficiente.	Medir la eficiencia con tiempos y uso correcto de los equipos.	Anual	Encargado de costos	x					
		Implementar nuevas maneras de reciclaje y aprovechamiento de desperdicios.	Análisis en los eventos el desperdicio y reciclaje que se puede generar.	Mensual	Dueño	x					

Fuente: Yépez, Da. (2020)

2.9 Segmentación del mercado

La segmentación de mercado es una herramienta que ayuda a delimitar y dividir el mercado en pequeños grupos, esto ayudará a que el catering se especialice en un sector. Uno de los objetivos de esta herramienta es que el mercado al que se enfoca el proyecto sea homogéneo, de esta manera se puede identificar las características y necesidades de una manera más específica para poder adaptar e innovar el servicio que provee el catering de una mejor manera.

La segmentación de mercado debe seguir ciertos parámetros que se puedan medir para obtener buenos resultados; estos son:

- Medibles. - el tamaño del segmento debe poderse medir para poder determinar a cuantas personas se dirigirá el catering.
- Accesibles. - el segmento de mercado al que se enfoca el catering debe ser accesible económicamente para el negocio.
- Sustanciales. - el proyecto debe ser suficientemente grande para que sea rentable.
- Accionables. - debe permitir hacer una estrategia de marketing que permita atacar al segmento de mercado elegido en su totalidad. (Mañez, S/F)

Tabla 9: Variables de la segmentación de mercados

Variables de la segmentación de mercados			
Segmentación geográfica	Ciudad de Quito El clima	**Segmentación psicográfica**	Estilo de vida cualquiera Personalidad, deben ser comprometidos y de palabra
Segmentación demográfica	Entre 25 y 75 años Nivel económico cualquiera Hombres o mujeres Religión sin importancia	**Segmentación en función del comportamiento**	Nivel de uso de la clientela: primera vez, potenciales, habituales, ocasionales.

Fuente: Yépez, Da. (2020)

El objetivo al que el catering estará enfocado será al género masculino o femenino que residan en la ciudad de Quito y que se encuentren entre los 25 y 75 años. No importa la nacionalidad o la religión. El nivel socio económico deberá ser entre medio y alto.

CAPITULO III

3. Presupuesto de creación y operación y plan de marketing

3.1 Inversión del proyecto

¿Qué es una inversión?

"Es un conjunto de mecanismos de ahorro, ubicación de capitales y postergación del consumo, con el objetivo de obtener un beneficio, un rédito o una ganancia, es decir, proteger o incrementar el patrimonio de una persona o institución." (Raffino M. E., 2018)

¿Qué es financiamiento?

El financiamiento es el proceso de viabilizar y mantener en marcha un proyecto, negocio o emprendimiento, mediante la asignación de recursos (dinero). (Raffino M. E., 2019)

Tipos de inversiones

- Financiamiento propio o interno. – proviene de los participantes del proyecto o empresa, de inversores, accionistas, dueño o de las ganancias de este.
- Financiamiento de terceros o externo. – proviene de entidades, como su nombre lo indica, externas, de otras empresas o instituciones bancarias y a menudo requiere de validación o endeudamiento.

(Raffino M. E., 2019)

3.2 Permisos de funcionamiento para un negocio en Quito

Para poder comenzar un negocio de la manera correcta, legal, lo primero que debe hacerse es tener todos los permisos de funcionamiento que sean requeridos dependiendo del país, en el caso del Distrito Metropolitano de Quito existen los siguientes:

Tabla 10: Permisos con costos

PERMISOS	COSTO
Inscripción y declaración de la patente municipal.	$ 224
Permiso de Funcionamiento de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA).	$ 236.40
Permiso de funcionamiento en el Ministerio de Salud Pública (MSP).	$ 40
Permiso de los Bomberos	$ 10.20

Fuente: Yépez, Da. (2020)

Tabla 11: Permisos sin costo o con costo al momento de creación

PERMISOS	COSTO
Registro de alimentos y bebidas en el Ministerio de Turismo (según categorización).	$ 0
Registro turístico en Quito Turismo (según categorización).	$ 0
Permiso de Funcionamiento del Ministerio del Ambiente (MAE)	$ 0
Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de las Actividades Económicas – LUAE.	$ 0

(Zeus, 2019)

Fuente: Yépez, Da. (2020)

3.3 Inversión total del proyecto

Tabla 12: Inversión inicial

PRESUPUESTOS DE GESTIÓN E IMPLEMENTACIÓN				
Plan de acción	Temporalidad	Áreas	Estrategia	Total
Show room	Corto plazo	Finanzas	Cotización	$ 448
Equipos de oficina (ver anexo e)	Corto plazo	Finanzas	Cotización	$ 1411.16
Publicidad	Corto plazo	Promoción	Estrategia de marketing	$ 100

Fuente: Yépez, Da. (2020)

Tabla 13: Inversión

PRESUPUESTOS DE GESTIÓN E IMPLEMENTACIÓN				
Plan de acción	Temporalidad	Áreas	Estrategia	Total
Equipos de cocina (ver anexo f)	Largo plazo	Infraestructura/finanzas	Cotización	$ 10212
Menaje (ver anexo g)	Largo plazo	Infraestructura	Cotización	$ 2287
Transporte	Largo plazo	Infraestructura	Cotización	$ 13000
Permisos de func.	Corto plazo	Finanzas	Investigación	$ 510.6
Capacitación	Largo plazo	Social	Capacitación de atención al cliente	

Fuente: Yépez, Da. (2020)

3.4 Plan de Marketing

3.4.1 Logo y nombre

Fuente: Yépez, Da. (2020)

Batonnet

Este nombre ha sido cuidadosamente elegido, la gente entenderá que Batonnet es un corte perfecto, una comida, una cena, un servicio perfecto al igual que los procesos que se realizan desde que se compra la materia prima hasta que el evento culmine. Tomar en cuenta el servicio, el alimento, las bebidas, el bienestar de todos los invitados para que estos mismos puedan pasar la voz de que Batonnet es el catering perfecto.

3.4.2 Marketing Mix

Producto

Este catering ofrecerá el servicio de alimentos y bebidas para eventos de cualquier ocasión que el cliente requiera. Uno de los objetivos principales es dar seguridad, y felicidad al cliente, que se sienta muy bien con el servicio que se ofrece, cumpliendo todas las normas y reglas de sanitación e higiene en los alimentos y bebidas. Se trabajará con el mejor producto del mercado para garantizar la calidad e inocuidad de los alimentos presentados.

El servicio que se ofrece será para cualquier tipo de evento de alimentos y bebidas como son: bautizos, bodas, cumpleaños, confirmaciones, primera comunión, graduaciones.

Descripción del producto

El catering cuenta con una gran variedad de paquetes de muy alta calidad. Dentro de los paquetes ya está el alquiler de vajilla, el servicio, comida, bebidas soft y la decoración del local de ser necesaria.

Bebidas: jugos, gaseosas, aguas, café, aguas aromáticas.

Bocaditos: sal y dulce, fríos y calientes.

Platos fuertes: elección del cliente de entre los excelentes menús ofertados.

Entradas: Frías y calientes.

Con respecto a los menús que el catering brindará para sus respectivos clientes serán seleccionados con mucho cuidado, serán los mejores del mercado.

Menús

Menú 1

Rollo de carne con salsa de champiñones, medallón de pollo en salsa de ciruela, arroz primavera, ensalada fresca (ensalada caliente)

Menú 2

Bife de res, picaña, chorizo parrillero, chorizo a las finas hierbas, papas, salsa de queso y chimichurri.

Menú 3

Lomo de cerdo en salsa de piña con arroz al curry y verduras glaseadas

Menú para niños 1

Alitas BBQ con papas fritas y ensalada

Menú para niños 2

Nuggets de pollo con papas fritas y ensalada

Precio

Establecer el precio de cada paquete que ofrece el catering es un punto clave que determina si el cliente se verá atraído hacia los servicios, este definirá si la empresa crece o no. Para considerar este valor es necesario fijarse en algunos aspectos.

El precio se ha fijado de acuerdo con el menú que el cliente podrá escoger, dentro de este precio está el costo del personal, agua, luz gas, el costo de materia prima, transporte. El precio es fijo, pero contaremos con promociones dependiendo de la temática del evento, del número de personas para el que se hará el evento y también de si el cliente es fiel.

Objetivos de la fijación de precios

- **Objetivos de utilidades:** El objetivo es recuperar toda la inversión durante los primeros 6 meses del catering para comenzar a generar ganancias desde el séptimo mes.
- **Objetivos orientados a las ventas:** Tener paquetes cada vez más llamativos por las nuevas tendencias que dirigen a la sociedad, ampliar la gama de paquetes para que los clientes siempre tengan nuevas opciones e ideas para sus eventos, cumplir los sueños de cada cliente ya que es un servicio personalizado. Se contará con eventos únicos los cuales llamaran la atención de los invitados para así contraten al catering.

Proceso de fijación de precio

Para poder fijar los precios se toma en cuenta a la competencia ya que definir unos precios muy altos no serían tan apetecidos en el mercado, también se toma en cuenta a la materia prima, todos los costos que haya que cubrir y a partir de esto se define el precio.

Cada menú tiene su propio precio ya que no todos tienen lo mismo, algunos cuentan con entrada, plato fuerte y postre, otros solo plato fuerte y postre.

Plaza

Antes de crear una empresa de catering se debe definir todos los puntos críticos que pueden amenazar al negocio, también los puntos que se pueden usar para apalancar al negocio y crecer. El canal de distribución que se usará es indirecto, el catering irá a los diferentes lugares a dar el servicio de alimentos y bebidas para los clientes. Alrededor de la localización

del catering se encuentran dos catering de eventos que serían las competencias directas (Catering A y catering B).

En competencias directas el catering tiene:

- Catering de eventos: Playa central
- Catering de eventos: Mariano Calvache

En competencias indirectas se encuentra:

- Restaurante: Omama
- Panadería: Pan y vino
- Panadería: Friend pan
- Restaurante: almuerzos
- Restaurante: almuerzos
- Restaurante: almuerzos

Promoción

Tabla 14: Promoción

Promociones	
Promoción 1	Si su lista de invitados supera los 200 asistentes le daremos bocaditos para las mesas.
Promoción 2	Las bodas que sean en febrero tendrán un postre especial.
Promoción 3	Servicio de bar tender gratuito con la contratación de barra libre.
Promoción 4	Se premiará la fidelidad del cliente con descuentos a partir del 4 evento.

Fuente: Yépez, Da. (2020)

3.4.3 Las 4 As

A diferencia de las 4 P que se analizaron anteriormente, que se refiere a un estudio de la empresa, las 4 A es un estudio hacia el consumidor. Se estudia: aceptabilidad, asequibilidad, accesibilidad y apreciación.

Aceptabilidad

La aceptabilidad es el grado en que la oferta excede las expectativas del cliente. Como percibe el cliente al producto, si confía en él o no, si le gusta o no y que cambiar para mejorar el producto.

Asequibilidad

Este factor tiene dos dimensiones: psicológica y económica. La psicológica se refiere a si el cliente está dispuesto a pagar y la económica a si el cliente tiene capacidad para pagar.

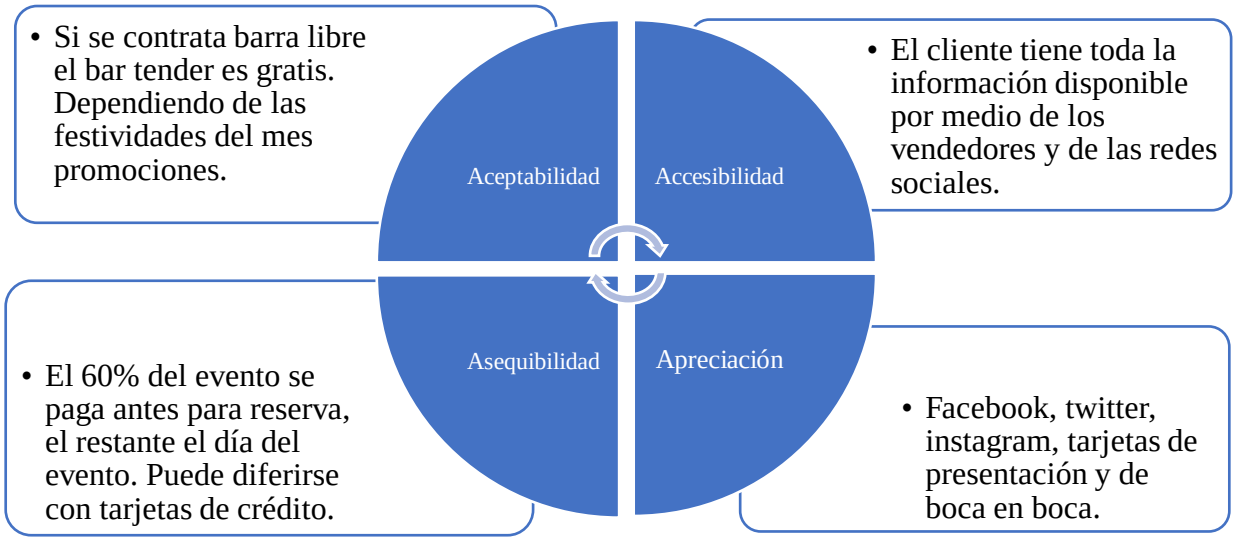
Accesibilidad

La disponibilidad del producto en el mercado y conveniencia. La disponibilidad quiere decir el stock que tiene la empresa y la conveniencia es que tan fácil el cliente puede acceder a información, soluciones y personal del catering.

Apreciación

Se refiere a la información que el cliente conoce, si el producto o servicio le convence. Hay dos puntos: la conciencia de la marca y el conocimiento del producto. La conciencia es más fácil de tratar ya que la mayoría de las empresas no la desarrollan de manera efectiva o eficiente. Y el conocimiento se logra con buena publicidad, aunque el mejor marketing es de boca en boca.

Tabla 15: Las 4 A



Fuente: Yépez, Da. (2020)

3.4.4 Publicidad

Redes Sociales

<u>Facebook. -</u>

En la página de Facebook con el nombre “Batonnet”, se encuentra la descripción de todo lo que ofrece el catering, números de contacto y mail.

<u>Instagram</u>

Constarán fotos de eventos realizados por la empresa y números de contacto.

Volantes

Los volantes estarán hechos en A6, constara descripción del producto, número de contactos, página de Facebook, Instagram y Twitter.

Twitter

En la biografía del catering constarán los números de contacto y mail.

Tarjetas de presentación

Las tarjetas de presentación tendrán el lema de la empresa, así como los números de contacto, páginas de Facebook, Instagram y Twitter.

Ilustración 9: Tarjetas de presentación

<u>Anexos</u>

ANEXO A

Contrato de Proveedor

PRIMERA: Objeto. El presente contrato tiene por objeto el suministro eventual por parte del PROVEEDOR de **<u>CARNE DE RES (LOMO DE FALDA SIN GRASA)</u>** a favor del CONSUMIDOR, y a cambio de la contraprestación a que éste último se obliga en la cláusula tercera del presente contrato.

SEGUNDA: Obligaciones Del Proveedor. Constituyen obligaciones del proveedor: Primera: Suministrar al CONSUMIDOR los bienes y servicios mencionados en la cláusula primer de este contrato y cualquier otro producto del PROVEEDOR que acuerden por escrito las partes, y con los plazos de entrega que tiene o tenga establecidos el PROVEEDOR; Segunda: Conceder al CONSUMIDOR un descuento de **<u>10%</u>** por el pago dentro de los 30 días siguientes a la fecha de la factura; Tercera: Conceder al consumidor dos meses calendario para el pago, contados a partir de la fecha de cada factura, sin causar intereses en dicho lapso; Cuarta: Fijar como cuantía mínima de cada pedido la suma de **<u>10$/kg.</u>** Esta suma podrá ser modificada por el PROVEEDOR, en cualquier momento, mediante la sola notificación, por escrito al COMPRADOR; Quinta: Otorgar, a exclusivo criterio del PROVEEDOR, un cupo de crédito al CONSUMIDOR, señalando un límite máximo para sus pedidos; Sexta : Entrenar a los vendedores del CONSUMIDOR mediante explicaciones de un empleado del PROVEEDOR; Séptima: Entregar en préstamo para su uso, con devolución inmediata a personal autorizado del PROVEEDOR, al vencer o darse por terminado el presente contrato, un aviso que se instalará en sitio adecuado del establecimiento del COMPRADOR; octava: Asumir el valor de los fletes, empaques y seguros de la mercancía que se despache dentro de las condiciones de este contrato.

TERCERA: Obligaciones Del CONSUMIDOR. Constituyen obligaciones a cargo del consumidor las siguientes: Primera: El CONSUMIDOR se obliga a adquirir los productos suministrados por el PROVEEDOR a fin de usarlos en los eventos; Segunda: Pagar de contado el pedido inicial; Tercera: El CONSUMIDOR se obliga a firmar las facturas u otros documentos comerciales que le expida el PROVEEDOR y que correspondan a mercancías efectivamente entregadas, en señal de que acepta la obligación de pagarlos.

CUARTA: Naturaleza Del Suministro. Las partes convienen en que cada suministro constituye una venta en firme, y que, en consecuencia, el PROVEEDOR no aceptará devolución alguna de mercancías vendidas en ejecución del presente contrato de suministro,

salvo en los casos de artículos con defectos de fabricación advertidos por el CONSUMIDOR y notificados por éste al PROVEEDOR, dentro de los cinco días siguientes a la fecha de entrega de cada suministro.

QUINTA: Representación. Ninguna de las obligaciones contenidas en las cláusulas de este contrato generará en ningún caso vínculo adicional entre las partes ni habilitarán al CONSUMIDOR para representar al PROVEEDOR a ningún título. El CONSUMIDOR manifiesta que en el pasado no ha existido entre las partes ninguna clase de vinculación ni se ha celebrado contrato alguno de índole civil, laboral o comercial distintos de los que eventualmente pudo haber celebrado de compra-venta de algunos de los mismos productos con el PROVEEDOR, con quien no lo une ni ha unido ningún contrato de mandato, comisión ni agencia comercial y que, en consecuencia, carece de autorización o vínculo contractual que le faculte para representar o comprometer de alguna manera al PROVEEDOR, ni para anunciarse como titular de alguna de las dichas calidades.

En señal de conformidad las partes suscriben el presente documento en dos ejemplares del mismo tenor, en la ciudad de ……. a los…… () días del mes de……del año…….

Firma proveedor Firma Batonnet

(Espriella, 2012)

ANEXO B

COTIZACIÓN BODA
ANDREA Y PABLO

Atención: DAVID YEPEZ
FECHA: 3/6/2020
CLIENTES: ANDREA Y PABLO

	ITEMS	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO	TOTAL
	PAQUETE DELUXE	**40**	Unidades	$50.00	$2,000.00
ENTRADA	Coctel de camarones				
SORBET	Maracuyá con menta				
PLATO FUERTE	Lomo de cerdo en salsa de piña, filet mignon en salsa de romero, arroz primavera y ensalada fresca				
POSTRE	Torta de novios con helado de la casa				
BEBIDA	Bebidas soft ilimitadas				
	Extras Servicio de meseros Cocina Champagne para el brindis Centros de mesa florales				
	TOTAL				$2,000.00

Firma de la empresa
CI:

Firma cliente
CI:

Fuente: Yépez, Da. (2020)

ANEXO C

Cocina

Responsable: Cocina
Fecha máxima: 03/06/2020

Hecho	Detalle	Fecha	Notas
	Entrada	3/6/20	Coctel de camarón
	Sorbet	3/6/20	Maracuyá con menta
	Plato fuerte	3/6/20	Lomo de cerdo en salsa de piña, filet mignon en salsa de romero, arroz primavera y ensalada fresca
	Postre	3/5/20	Pastel de novios y helado de la casa

Fuente: Yépez, Da. (2020)

ANEXO D

Servicio

Responsable: Servicio
Fecha máxima: 03/06/2020

Hecho	Detalle	Fecha	Notas
	Decoración del salón	3/6/20	Flores, cintas, globos, luces
	Montaje de mesas	3/6/20	Montaje americano
	Limpieza del salón	3/6/20	Barrer y trapear, baños
	Arreglos florales	3/6/20	Centros de mesa
	Mesa de bocaditos	3/6/20	Limpia y surtida
	Copas del brindis	3/6/20	Pulidas y en orden
	Barra	3/6/20	Surtida, limpia, en orden
	Bebidas soft	3/6/20	Listas para el evento

Fuente: Yépez, Da. (2020)

ANEXO E

Insumos de oficina

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	P. UNITARIO	TOTAL
Computadora de escritorio	1	$490	$490
Escritorio en L	1	$150	$150
Grapadora	1	$3.20	$3.20
Impresora	1	$139.99	$139.99
Porta esferos	1	$7.80	$7.80
Agenda	1	$8.05	$8.05
Cuadernos	3	$0.75	$2.25
Carpetas	4	$4.26	$17.02
Silla de escritorio	1	$160	$160
Sillas para visitas	5	$60	$300
Dispensador de agua	1	$26	$26
Azucarero	2	$1.25	$1.25
Cajoneras organizadoras	1	$52	$52
Papel bond (500 hojas)	2	$26.80	$53.60

ANEXO F

Descripción	Cantidad	P. unitario	Total	Empresa
Plástico film	1	$ 35.71	$ 35.71	**Montero**
Calentadores	4	$ 62.46	$ 249.82	**Montero**
Bandeja horno	1	$ 21.38	$ 21.38	**Montero**
Coche recolector	1	$ 175.44	$ 175.44	**Montero**
Bandeja lisa	1	$ 20.31	$ 20.31	**Montero**
Papel de cocina	1	$ 6.52	$ 6.52	**Montero**
Caldero bordeado	1	$ 42.31	$ 42.31	**Montero**
Caldero recortado	1	$ 45.93	$ 45.93	**Montero**
Tamalera 32cm	1	$ 35.01	$ 35.01	**Montero**
Olla con tapa	1	$ 46.64	$ 46.64	**Montero**
Paila recortada	2	$ 52.56	$ 105.12	**Montero**
Paila recortada	1	$ 71.61	$ 71.61	**Montero**
Bandeja perforada	1	$ 30.00	$ 30.00	**Montero**
Sacabocados	2	$ 1.77	$ 3.54	**Montero**
Limpión	20	$ 2.60	$ 52.00	**Montero**
Cofia	6	$ 4.18	$ 25.08	**Montero**
Martillo ablandador	1	$ 4.41	$ 4.41	**Montero**
Diablo	2	$ 3.04	$ 6.08	**Montero**
Bowl abierto	10	$ 2.22	$ 22.20	**Montero**
Bowl abierto	10	$ 1.46	$ 14.60	**Montero**
Bowl abierto	7	$ 4.48	$ 31.36	**Montero**
Bowl abierto	3	$ 14.62	$ 43.86	**Montero**
Bowl profundo	10	$ 2.62	$ 26.20	**Montero**
Bowl profundo	5	$ 14.37	$ 71.85	**Montero**
Espumadera	2	$ 16.84	$ 33.68	**Montero**
Colador de acero	3	$ 3.58	$ 10.74	**Montero**
Cucharon	4	$ 2.70	$ 10.80	**Montero**
Cucharon	2	$ 5.75	$ 11.50	**Montero**
Cuchareta	4	$ 6.15	$ 24.60	**Montero**
Espátula	2	$ 5.60	$ 11.20	**Montero**
Espátula	2	$ 7.13	$ 14.26	**Montero**
Exprimidor de limón	3	$ 3.42	$ 10.26	**Montero**
Cuchara porcionadora	2	$ 7.06	$ 14.12	**Montero**
Pelador	2	$ 1.60	$ 3.20	**Montero**
Gorros desechables	2	$ 2.50	$ 5.00	**Montero**
Ensaladera 24 cm	10	$ 13.38	$ 133.80	**Montero**
Tabla de picar	2	$ 11.25	$ 22.50	**Montero**

Tabla de picar	2	$ 11.25	$ 22.50	**Montero**
Tabla de picar	2	$ 11.25	$ 22.50	**Montero**
Tabla de picar	2	$ 11.25	$ 22.50	**Montero**
Tabla de picar	2	$ 11.25	$ 22.50	**Montero**
Tabla de picar	2	$ 11.25	$ 22.50	**Montero**
Porta tablas	1	$ 31.66	$ 31.66	**Montero**
Cuchillo chef	2	$ 4.20	$ 8.40	**Montero**
Cuchillo deshuesador	4	$ 2.39	$ 9.56	**Montero**
Puntilla	2	$ 8.36	$ 16.72	**Montero**
Batidor de mano	3	$ 6.07	$ 18.21	**Montero**
Espumadera	1	$ 9.80	$ 9.80	**Montero**
	Sumatoria		$1,699.49	
	Iva		$ 203.94	
	TOTAL		$1,903.43	

Fuente: Montero. (2019)

Descripción	**Cantidad**	**P. Unitario**	**Total**	
Armario refrigerador eko 700	1	$ 2480	$ 2480	**Italdesing**
Armario congelador eko 700	1	$ 2100	$ 2100	**Italdesing**
Freidora de papas modelo fr8	1	$ 280	$ 280	**Italdesing**
Mesa de trabajo neutro 200	2	$ 620	$ 1240	**Italdesing**
Horno gastronómico	1	$ 950	$ 950	**Italdesing**
Rejillas para horno	3	$ 43	$ 129	**Italdesing**
Bandejas para horno	4	$ 60	$ 240	**Italdesing**
	SUMATORIA		$7,419.00	
	IVA		$ 890.28	
	TOTAL		$8,309.28	

Fuente: Italdesing. (2019)

ANEXO G

Descripción	Cantidad	P. Unitario	Total	Empresa
Cafetera	1	$ 151.74	$ 151.74	**Montero**
Pinza para hielo	10	$ 3.73	$ 37.30	**Montero**
Pinza colores	3	$ 3.29	$ 9.87	**Montero**
Pinza colores	2	$ 2.62	$ 5.24	**Montero**
Pinza colores	2	$ 3.77	$ 7.54	**Montero**
Pinza colores	2	$ 3.77	$ 7.54	**Montero**
Hielera	8	$ 7.94	$ 63.52	**Montero**
Cuchara de postre	9	$ 7.18	$ 64.62	**Montero**
Cuchara de Sorbet	9	$ 8.62	$ 77.58	**Montero**
Cuchara sopera	9	$ 9.16	$ 82.44	**Montero**
Cuchara de café	5	$ 6.50	$ 32.50	**Montero**
Cuchillo de entrada	9	$ 13.81	$ 124.29	**Montero**
Cuchillo de fuerte	9	$ 13.05	$ 117.45	**Montero**
Cuchillo de mantequilla	1	$ 12.00	$ 12.00	**Montero**
cuchillo de postre	9	$ 14.13	$ 127.17	**Montero**
Cuchara mediana	4	$ 2.85	$ 11.40	**Montero**
Tenedor de entrada	9	$ 9.16	$ 82.44	**Montero**
Tenedor de fuerte	9	$ 8.60	$ 77.40	**Montero**
Tenedor de postre	9	$ 8.48	$ 76.32	**Montero**
Salero/pimentero	20	$ 1.44	$ 28.80	**Montero**
Cevichero	10	$ 1.92	$ 19.20	**Montero**
Copa de agua	100	$ 0.93	$ 93.00	**Montero**
Copa Martini	100	$ 1.34	$ 134.00	**Montero**
Copa vino tinto	100	$ 0.93	$ 93.00	**Montero**
Copa champagne	100	$ 0.95	$ 95.00	**Montero**
Copa vino blanco	17	$ 7.93	$ 134.81	**Montero**
Vaso liso	120	$ 0.71	$ 85.20	**Montero**
Jarra 1.6 lt	10	$ 6.21	$ 62.10	**Montero**
Plato hexagonal	10	$ 0.79	$ 7.90	**Montero**
Plato tendido	10	$ 6.26	$ 62.60	**Montero**

Sumatoria	$1,983.97
Iva	$ 238.08
Total	$2,222.05

Fuente: Montero (2019)

Bibliografía

123rf. (s.f.). Obtenido de https://es.123rf.com/photo_81514272_dos-mujeres-mayores-de-lujo-haciendo-un-brindis-con-champ%C3%A1n-en-la-galer%C3%ADa-de-arte.html

Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia. (11 de 09 de 2015). Obtenido de https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/02/NORMATIVA-TECNICA-SANITARIA.pdf

Anatrenza. (23 de Julio de 2018). Obtenido de https://anatrenza.com/analisis-pestel/

Bangkokpartyrentals. (s.f.). Obtenido de https://bangkokpartyrentals.com/2018/10/24/event-staff-bangkok-pattaya-2/

Bodas. (s.f.). Obtenido de https://www.bodas.com.mx/catering-para-bodas/momentos--e190057/fotos/28

Camae. (18 de 03 de 2019). Obtenido de http://www.camae.org/economia-del-ecuador/las-importaciones-crecieron-54-en-enero-del-2019/

Carrasco, J. L. (2010). *Servicio de Catering.* Editorial Vértice.

Cataleno. (s.f.). Obtenido de https://www.cataleno.cl/vino-de-honor

CateringSolidario. (s.f.). Obtenido de http://cateringsolidario.com/

Comunicae.es. (s.f.). Obtenido de https://www.comunicae.es/nota/viaje-en-el-tiempo-con-vilaplana-y-el-museo-1187623/

Crearmas. (s.f.). Obtenido de https://www.crearmas.com/la-comida-asiatica-una-gastronomia-muy-saludable/

Davidtejo. (s.f.). Obtenido de http://davidtejo.com/2018/02/eventos-saludables-tendencias-en-catering-sostenible/

Daygoeventos. (s.f.). Obtenido de https://www.daygoeventos.com/services/gourmet-catering-top-restaurants/?lang=es

Diegocoquillat. (s.f.). Obtenido de https://www.diegocoquillat.com/la-productividad-del-trabajador-se-dispara-si-la-empresa-le-ofrece-comida-gratuita-y-saludable/

Ecured. (S/F). Obtenido de https://www.ecured.cu/Toma_de_decisiones

efanews.eu. (s.f.). *efanews.eu*. Obtenido de https://www.efanews.eu/resource/1732-catering-su-aereo-british-airways.html

El Comercio. (17 de 07 de 2010). Obtenido de https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/claves-montar-negocio-propio.html

El comercio. (20 de 12 de 2018). Obtenido de https://www.elcomercio.com/actualidad/economia-ecuador-desempeno-cepal-informe.html

El Economista. (2009). *Infoautónomos*. Obtenido de https://infoautonomos.eleconomista.es/estudio-de-mercado/breve-guia-para-estudio-de-mercado/

Emprende pyme. (27 de 07 de 2016). Obtenido de https://www.emprendepyme.net/ejemplos-de-amenazas-de-una-empresa.html

Emprendedores ecuatorianos. (03 de 05 de 2010). Obtenido de http://emprendedoresec.blogspot.com/2010/05/5-pasos-basicos-para-legalizar-tu.html

Enbex. (26 de 03 de 2019). Obtenido de https://www.enbex.es/5-tipos-de-catering.html

Espriella, L. G. (9 de 07 de 2012). Obtenido de https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/14074/Herramienta.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Foodandtravel. (s.f.). Obtenido de https://foodandtravel.mx/que-es-el-brunch/

Grupoeventual. (s.f.). Obtenido de http://www.grupoeventual.com/catering-y-bodas/

Hambroneta. (s.f.). Obtenido de http://www.hambroneta.com/la-fiesta-mexicana-de-casino-bilbao/

Hinkex. (s.f.). Obtenido de http://hinkex.com/gastronimia-industrial.html

innovación, A. p. (octubre de 2013-2014). *Ecuador, un país emprendedor e innovador en el 2020.* Obtenido de https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/epf_npd02_Ecuador_es.pdf

Instituto Politecnico Nacional Escuela Superior de Turismo. (15 de 11 de 2017). Obtenido de Prezi: https://prezi.com/bxiorltugbeh/tipos-y-servicio-de-catering/

Interempresas.net. (27 de 04 de 2018). Obtenido de http://www.interempresas.net/Hosteleria/Articulos/216428-Claves-para-triunfar-en-la-industria-del-Catering.html

Jativa, P. (01 de 28 de 2019). *GK* . Obtenido de https://gk.city/2019/01/28/escenario-politico-ecuador-2019/

La Hora. (17 de 01 de 2020). Obtenido de https://lahora.com.ec/noticia/1000194527/advierten-sobre-crisis-laboral

Maldonado, N. (2012). Emprendimiento y Gestión. Quito: Editorial Educate.

Mañez, R. (S/F). Obtenido de https://rubenmanez.com/segmentacion-de-mercado/

Merino, J. P. (2009). *definición.de*. Obtenido de https://definicion.de/inversion/

Merino, J. P. (2016). *Definiciónde*. Obtenido de https://definicion.de/catering/

Mora, B. Z. (28 de 05 de 2018). *El Universo*. Obtenido de https://www.eluniverso.com/noticias/2018/05/28/nota/6781892/como-emprender-negocio-ecuador

Pereyra, S. (10 de 04 de 2012). *Slideshare*. Obtenido de https://es.slideshare.net/pereyrastella/etapas-en-la-organizacin-de-eventos-12493948

Raffino, M. E. (5 de 12 de 2018). *Concepto.de*. Obtenido de https://concepto.de/inversion-2/

Raffino, M. E. (12 de 12 de 2019). *Concepto.de*. Obtenido de https://concepto.de/financiamiento/

Raza, C. F. (08 de 2011). *Repositorio UTE*. Obtenido de http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/8905/1/47397_1.pdf

Real Academia Española. (2020). Obtenido de https://dle.rae.es/emprender#6Snvgcg

Revista Vistazo. (01 de 01 de 2019). *Vistazo*. Obtenido de https://www.vistazo.com/seccion/pais/actualidad-nacional/ecuador-inicia-2019-con-incertidumbre-economica-y-politica

Semillas de maiz catering. (s.f.). Obtenido de https://semillademaizcatering.com/2018/12/10/social-and-wedding-catering/

Shakeitexperience. (s.f.). Obtenido de http://www.shakeitexperience.com/programas/desayunos-de-trabajo/

Sheraton. (s.f.). Obtenido de https://sheratongrandesukhumvit-onlinestore.com/collections/orchid-cafe/products/lunch-buffet

Thevanbar. (s.f.). Obtenido de http://www.thevanbar.com/servicios-para-barcos/

Unicef. (2009). Obtenido de https://www.unicef.org/ecuador/spanish/overview_5502.htm

Valkicocina. (s.f.). Obtenido de http://www.valkicocina.com/2015/12/aperitivos-rapidos-bandeja-canapes-ideas-expres.html

Vegetarianoshoy. (s.f.). Obtenido de https://vegetarianoshoy.org/catering-santo-jardin/

Vivecuador. (2008). Obtenido de http://www.vivecuador.com/html2/esp/ecologia.htm

Wikipedia. (10 de 06 de 2019). Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Cultura_de_Ecuador

Zeus. (2019). Obtenido de https://zeus.com.ec/permisos-de-funcionamiento-quito-municipio-tumbaco-cumbaya/?campaignid=1056496030&adgroupid=55944199887&adid=3780369289

68&gclid=CjwKCAjw7uPqBRBlEiwAYDsr1wFWwrq2_B07Ohod7hojVmeFn984PYpK9sX-LBIq66HlqtzMNa-r0xoCfmoQAvD_BwE