INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO SAN ANTONIO

Escuela de Negocios

Proyecto de factibilidad para la implementación del servicio de cáterin en la empresa "Eventos Arcos", en la provincia de Pichincha, sector sur del Distrito Metropolitano de Quito, durante el año 2025.

Bertha Verónica Lidioma Lutuala

Administración de Empresas

Trabajo de fin de carrera presentado como requisito

para la obtención del título de

Tecnólogo Superior en Administración de Empresas

Quito, de marzo de 2025

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO SAN ANTONIO

Escuela de Negocios

HOJA DE CALIFICACIÓN

DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA

Proyecto de factibilidad para la implementación del servicio de cáterin en la empresa "Eventos Arcos", en la provincia de Pichincha, sector sur del Distrito Metropolitano de Quito, durante el año 2025.

Bertha Verónica Lidioma Lutuala ……/……

Grace Rosario Izurieta Tapia, Administración de Empresas

Quito, 6 de marzo de 2025

DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales del Instituto Superior Tecnológico San Antonio TESA, incluyendo la Política de propiedad Intelectual TESA, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a TESA para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Nombres y apellidos:	Bertha Verónica Lidioma Lutuala
Código estudiante:	2283
Cédula de identidad:	1720238565
Lugar y fecha:	Quito, 6 de marzo de 2025

ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN

Nota: El presente trabajo, en su totalidad o cualquiera de sus partes, no debe ser considerado como una publicación, pese a estar disponible sin restricciones a través de un repositorio institucional. Esta declaración se alinea con las prácticas y recomendaciones presentadas por el Committee on Publication Ethics COPE descritas por Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing, disponible en ttp://bit.ly/COPETheses.

UNPUBLISHED DOCUMENT

Note: The following capstone project is available through Instituto Superior Tecnológico San Antonio TESA institutional repository. Nonetheless, this project – in whole or in part – should not be considered a publication. This statement follows the recommendations presented by the Committee on Publication Ethics COPE described by Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing available on http://bit.ly/COPETheses.

DEDICATORIA

A mi padre, que ahora es mi ángel.

Este sueño lo empezamos juntos, papi, pero en el trayecto me dejaste sola para poner en práctica todo lo que me enseñaste: a ser fuerte, valiente, y a no rendirme, justo como eras tú. Aunque ya no estés físicamente, te siento en cada paso que doy, en cada logro, en cada caída de la que me levanté gracias a ti. Esta meta alcanzada lleva tu nombre, tu ejemplo y tu amor. Gracias por ser mi guía eterna.

A mi madre, que, aunque no siempre está físicamente cerca, ha estado presente con sus palabras, sus ánimos y su amor incondicional. Gracias por levantarme justo cuando más lo necesitaba, por ser esa voz que me recordó que sí podía.

A mis hijos, Vale y Benjamín, mis motores, mis razones, mi todo. Ustedes me impulsaron a seguir, a no soltar este sueño, incluso en los momentos más duros. Su amor es mi fuerza.

Mi esposo Néstor compañero de vida. Gracias por caminar a mi lado, por tu apoyo incansable y por sostenerme cuando sentí que ya no podía más. Tu amor y tu fe en mí hicieron posible este logro.

Este título no es solo mío. Es de ustedes, mi familia. Este sueño es nuestro, y hoy es una realidad

AGRADECIMIENTO

Con profunda gratitud y emoción, quiero agradecer a todas las personas que han sido parte de este camino, que ha estado lleno de esfuerzo, sacrificio y aprendizajes.

A Dios, por haberme dado la fuerza, la fe y la esperanza para seguir adelante incluso en los momentos más difíciles. Sin Su presencia, este logro no tendría sentido.

A ti, papi, que comenzaste este sueño conmigo. En el camino me dejaste sola, pero solo para que pudiera aplicar todo lo que me enseñaste: a ser fuerte, a luchar con el corazón, a levantarme cuando caigo. Ahora eres mi ángel, y sé que desde donde estás, estás celebrando conmigo. Este título también es tuyo.

A mi madre, que con su amor y sus palabras me sostuvo en los días en que quería renunciar. Gracias por no soltarme, por recordarme quién soy y de dónde vengo.

A mis hijos, Vale y Benjamín, por ser mi mayor fuente de energía y amor. Por ustedes soñé más grande, y por ustedes logré más de lo que creía posible.

A mi esposo Néstor, mi compañero de vida, gracias por tu paciencia, tu apoyo incondicional por sostenerme en medio de las tormentas. Este triunfo también te pertenece.

A mis docentes, asesores y a todas las personas que me brindaron su ayuda, guía y palabras de aliento en este proceso, les doy mi más sincero agradecimiento.

Este logro es el reflejo del amor incondicional, la entrega y el apoyo de mi esposo y mis hijos. Gracias por creer en mí y por ser parte esencial de este sueño hecho realidad.

ABSTRACT

Catering services are directly related to the preparation and distribution of food for event planning and the satisfaction of customer expectations. The objective of this study was to develop a feasibility study for establishing a catering service at the company "Eventos Arcos" in the southern DMQ region of the Pichincha province, in 2025. First, the information regarding the development of the project was collected, then the methodological framework was developed, determining that the study is descriptive, non-experimental, cross-sectional and quantitative, whose sampling methods were: deliberate and convenience sampling. A market study was conducted by tabulating the results recorded in the survey. The project's viability was subsequently demonstrated through economic indicators. The results of the market analysis allowed to verify that, when hiring a catering service, the population appreciates the quality of the service and the products as a key factor (35.6%). On the other hand, the production costs determined the marketing price of the catering services at a value of $7.00 to $11.00 per person, finally the implementation of the catering service is viable since the benefit / cost ratio (B/C) was $1.13 with an estimated time to recover the investment in 43 mounths

Key words: catering, feasibility, profitability, quality of service, target population.

TABLA DE CONTENIDO

CAPÍTULO I 18

INTRODUCCIÓN 18

1.1. Planteamiento del Problema 18

1.2. Justificación 19

1.3. Alcance 21

1.4. Objetivos General y Específicos 21

1.4.1. Objetivo General 21

1.4.2. Objetivos específicos 22

CAPÍTULO II 23

MARCO TEÓRICO 23

2.1. Proyecto 23

2.1.1. Proyecto de inversión. 24

2.1.2. Importancia. 25

2.2. Estudio de factibilidad 26

2.2.1. Objetivos de un estudio de factibilidad. 27

2.2.2. Tipos de factibilidad. 27

2.3. Servicio de alimentación 29

2.3.1. El servicio de catering. 29

2.3.2. Tipos de catering. 30

2.4. Estudio de mercado 31

2.4.1. Segmentación del mercado. 31

2.4.2. Demanda insatisfecha. 32

2.5. Estudio técnico 32

2.5.1. Localización. 33

2.5.2. Tamaño del proyecto. 33

2.6. Estudio financiero 33

2.6.1. Valor Actual Neto (VAN). 34

2.6.2. Tasa Interna de Retorno (TIR). 34

2.7. Marco conceptual 34

2.8. Marco legal 36

CAPÍTULO III 38

MARCO METODOLÓGICO 38

3.1. Tipo de investigación 38

3.1.1. Según el propósito. 38

3.1.2. Según la manipulación de variables. 38

3.1.3. Según el tiempo de desarrollo. 39

3.2. Enfoque 39

3.2.1. Enfoque cuantitativo. 39

3.3. Herramientas metodológicas 39

3.3.1. Investigación de mercado. 39

3.3.2. Segmentación de clientes. 40

3.4. Técnicas 40

3.4.1. Análisis estadístico. 40

3.4.2. Encuesta 40

3.5. Estudios iniciales 40

3.5.1. Variable independiente. 40

3.5.2. Variables dependientes. 41

3.6. Desarrollo 45

CAPÍTULO IV 46

RESULTADOS Y DISCUSIÓN 46

4.1 Análisis e interpretación de resultados 46

4.1.1. Sexo de las personas encuestadas. 46

4.1.2. Edad de las personas encuestadas. 47

4.1.3. Ingresos mensuales de los habitantes encuestados. 48

4.1.4. Habitantes que en algún momento han utilizado el servicio de catering. 49

4.1.5. Disponibilidad para adquirir un servicio de catering. 50

4.1.6. Tipo de evento para contratar el servicio de catering. 50

4.1.7. Día de preferencia para desarrollar un evento social. 51

4.1.8. Conoce usted de algún lugar que ofrezca un servicio de catering en el sur. de Quito. 52

4.1.9. Medios de comunicación para difundir el servicio de catering. 53

4.1.10. Forma de pago para acceder al servicio de catering 53

4.1.11. Factores relevantes al momento de contratar un servicio de catering. 54

4.1.12. Tipo de gastronomía destinada a eventos especiales. 55

4.1.13. Cuánto estaría dispuesto a cancelar por el servicio de catering. 56

4.1.14. Tipo de comida que preferiría en un servicio de catering. 56

4.1.15. Cual formato de servicio de catering le parece más adecuado. 57

4.2. Estudio Técnico 58

4.2.1. Localización óptima del proyecto. 58

4.2.2. Determinación óptima del tamaño de la planta. 59

4.2.3. Capacidad instalada. 59

4.2.4. Espacios de trabajo. 61

4.2.5. Descripción del proceso para el servicio. 62

4.3. Estudio Financiero 63

4.3.1. Inversión inicial. 63

4.3.2. Inversión fija 63

4.3.3. Inversión diferida. 64

4.4.4. Capital de trabajo 64

4.4.5. Resumen de inversión. 65

4.4.6. Costos de producción. 66

4.4.7. Punto de Equilibrio. 66

4.4.8. Valor Actual Neto. 67

4.8.9. TIR 68

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 70

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS 72

ANEXO A: PRODUCTO FINAL 78

ANEXO B: FORMATO DE ENCUESTA 82

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Matriz de operacionalización de variables....43

Tabla 2. Criterios de inclusión y exclusión.....44

Tabla 3. Muestreo y Población. 44

Tabla 4. Sexo.....46

Tabla 5. Edad 47

Tabla 6. Ingresos mensuales 48

Tabla 7. Habitantes que han utilizado el servicio de catering.....49

Tabla 8. Disposición para adquirir el servicio de catering.....49

Tabla 9. Tipo de evento para contratar el servicio de catering 50

Tabla 10. Día preferencial para realizar el evento 51

Tabla 11. Conocimiento de un lugar que oferte el servicio de catering.....52

Tabla 12. Medios de comunicación para difundir el servicio de catering 53

Tabla 13. Preferencia en la forma de pago del servicio de catering 54

Tabla 14. Factores relevantes al momento de contratar el servicio de catering.....54

Tabla 15. Preferencia gastronómica.....55

Tabla 16. Pago del servicio de catering 56

Tabla 17. Preferencia por el tipo de comida 57

Tabla 18. Formato de servicio de Catering 58

Tabla 19. Capacidad instalada para graduación.....60

Tabla 20. Capacidad instalada para bodas 60

Tabla 21. Capacidad instalada para bautizo / primera comunión / confirmación 60

Tabla 22. Capacidad instalada para Quinceaños /cumpleaños/ baby shower 60

Tabla 23. Capacidad instalada para reuniones familiares 61

Tabla 24. Capacidad instalada de reuniones 61

Tabla 25. Descripción de las dependencias de la empresa....62

Tabla 26. Inversión fija 63

Tabla 27. Inversión diferida 64

Tabla 28. Capital de trabajo 64

Tabla 29. Resumen de la inversión 65

Tabla 30. Costos de producción 66

Tabla 31. Análisis del punto de equilibrio 66

Tabla 32. Análisis del punto de equilibrio 67

Tabla 33. Valor Actual Neto 68

Tabla 34. Taza interna de retorno....68

Tabla 35. Relación Beneficio/Costo....69

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Aspectos importantes para desarrollar un proyecto.....24

Figura 2. Etapas del estudio de factibilidad (2023). 25

Figura 3. Tipos de catering según el evento. 29

Figura 4. Organizador gráfico de la variable dependiente.....40

Figura 5. Organizador gráfico de variables independientes.....41

Figura 6. Porcentaje de personas encuestadas según el sexo.....46

Figura 7. Porcentaje de personas encuestadas según la edad.....46

Figura 8. Porcentaje de personas encuestadas según el salario. 48

Figura 9. Porcentaje de uso del servicio de catering.....48

Figura 10. Porcentaje de interés en el servicio de catering.....49

Figura 11. Porcentaje de día de preferencia para realizar un evento social.....51

Figura 12. Porcentaje de conocimiento de lugares que ofertan el servicio de catering en el sur del DMQ. 51

Figura 13.Medios de comunicación para obtener información del servicio de catering. 52

Figura 14. Preferencia en las formas de pago del servicio de catering.....53

Figura 15. Factores que influyen en la contratación del servicio de catering.....54

Figura 16. Preferencia en la gastronomía destinada al servicio de catering para un evento especial.....54

Figura 17. Precio considerado por el servicio de catering. 55

Figura 18. Tipo de comida en el servicio de catering. 56

Figura 19. Preferencia de formato para el servicio de catering. 57

Figura 20. Micro localización del proyecto para el servicio de catering 58

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1. Planteamiento del Problema

El término catering se relaciona directamente con la preparación y suministro de alimentos destinados a distintos escenarios cuyo público se ubica en un lugar diferente al centro de producción (Ortega, 202). Dicho servicio se traslada al lugar pactado que en muchos casos es al aire libre, por lo que es importante considerar el carácter imprevisible del tiempo en Ecuador (Masabanda, 2024). En consecuencia, González (2020) puntualiza que existen factores que pueden afectar la demanda como: el clima, la cercanía, los posibles eventos naturales y la situación económica de los clientes.

En el criterio de Cruz (2020), el servicio de buffet tiene la finalidad de satisfacer la necesidad del cliente de contar con un menú personalizado y al mismo tiempo generar ganancias; sin embargo, este rubro se ve afectado por diferentes factores, entre los cuales se destacan los aspectos socio culturales, económicos y tecnológicos.

En el estudio de López y Tinajero (2024) se resalta que, las empresas dedicadas al catering a nivel internacional enfrentan el obstáculo constante de mantener y optimizar el desempeño operativo pues el entorno empresarial actual es altamente competitivo. Las empresas dedicadas al catering deben realizar un estudio de segmentación del mercado para desarrollar productos o servicios acordes a las necesidades de los clientes puesto que gracias a la indagación previa de preferencias ayuda a posicionar a la empresa (Basauri y Pachamango).

Para que el cliente considere que un cáterin tiene prestigio, la empresa debe estar en la capacidad de sobresalir ante la competencia con la intención de que los usuarios se fidelicen con el producto y la empresa, traduciéndose generalmente en ingresos y permanencia en el mercado (Lucumi, 2022). Sin embargo, Moromenacho (2023) indica que, en la capital de

Ecuador existen varias empresas que ofertan el servicio de catering que, según la investigación no están bien dirigidas pues presentan metodología de trabajo similares sin aportar valores agregados, esta situación ha generado una demanda insatisfecha en este sector, enfrentándose a un entorno laboral cuyos competidores ofertan servicios similares que no satisfacen los requerimientos del consumidor.

Varela (2024) indica que, como en todos los rubros, las empresas de cáterin enfrentan dificultades como: retraso en la entrega de los pedidos a los clientes, los alimentos llegan fríos o tibios provocando enfermedades alimentarias a los comensales. En consecuencia Remache y Vera (2023) mencionan que "los empleados presentes en el catering no aplican correctamente las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM), por lo cual se presenta un servicio inapropiado provocando la insuficiente coordinación entre departamento logístico y administrativo, influyendo negativamente en la pérdida de contratos" (p. 24).

Por lo antes mencionado, es necesario ejecutar un estudio previo a la implementación del servicio de catering en el sur de Quito para la empresa "Eventos Arcos", por lo que es indispensable conocer la demanda insatisfecha.

1.2. Justificación

En el criterio de Mancuzo (2020) es aconsejable delimitar los planes de un proyecto para visualizar el objetivo a alcanzar y considerar los problemas reales que no se consideraron, por lo tanto al realizar un proyecto de factibilidad ayuda a tener un marco realista de la propuesta.

El presente proyecto aplicará conceptos y cálculos relacionados a la factibilidad de implementar un servicio de cáterin como oferta adicional al servicio de alquiler de mobiliario para eventos "Eventos Arcos" destinado a empresas e instituciones y al público en general que

busque compartir una comida en grupo con familiares y amigos; incrementando su productividad y logrando la obtención de réditos económicos.

Desde una perspectiva social y económica, el Cantón Quito manifiesta la necesidad de implementar una empresa que oferte el servicio de catering que satisfaga las necesidades de los usuarios y genere no solo ganancias económicas sino beneficios colectivos para empleados y proveedores, ofreciendo así a los consumidores productos y servicios de calidad.

Es relevante considerar que, en nuestro medio el catering es un servicio en expansión y que en muchos lugares ubicados en la parte sur del DMQ aún existe una oportunidad importante de establecer un servicio de catering que ofrezca innovación y alto nivel tanto en la atención al cliente como en la presentación de los productos para cada evento, por lo cual la implementación de dicho servicio brindará rentabilidad.

El catering complementa los servicios existentes en la empresa “Eventos Arcos”, ofreciendo una solución integral para los clientes que requieran un paquete completo que involucre al menaje para el evento y un menú personalizado además la empresa aprovechará la infraestructura y recursos con los que cuenta para optimizar los costos del servicio de catering. En consecuencia, Quiroa (2020) indica que un estudio de factibilidad ayuda a las empresas a predecir el potencial éxito o fracaso de una propuesta para la empresa revelando los desafíos que el proyecto puede presentar permitiendo a la empresa prepararse de manera oportuna y correcta.

El presente estudio proporcionará herramientas y estrategias que pueden implementarse de manera práctica para abordar problemas tales como: la optimización de los ingredientes en cantidad y calidad, optimización de tiempos, problemas referentes a las BPA, colaboradores sin conocimientos referentes a la manipulación de alimentos, entre otros.

Por lo antes mencionado, el estudio de factibilidad para la implementación del servicio de cáterin en la empresa “Eventos Arcos” tiene el potencial de obtener resultados basados en

información que permita constatar una perspectiva objetiva y crear una visión general sobre la situación actual del servicio que, además de ofertar el mobiliario también oferte una experiencia gastronómica completa sumado a esto, el presente estudio permitirá plantear otras alternativas que contribuyan a este sector empresarial en estudios próximos.

1.3. Alcance

La presente investigación inicia en la selección y recopilación de información documental que respalde la elaboración del proyecto de factibilidad para la implementación del servicio de cáterin en la empresa "Eventos Arcos", en la provincia de Pichincha, sector sur del Distrito Metropolitano de Quito, durante el año 2025.

Se presentará encuestas tanto personales como en línea para determinar las preferencias de los usuarios y así plantear las características del comportamiento actual en el sector sur del DMQ y determinar el nivel de demanda. Adicionalmente se evaluará la viabilidad de poner en marcha el proyecto gracias a los indicadores financieros: VAN y TIR. Los resultados obtenidos analizarán aspectos importantes como: la productividad, la aceptación del servicio y a la vez definir la rentabilidad del proyecto.

1.4. Objetivos General y Específicos

1.4.1. Objetivo General

Elaborar un proyecto de factibilidad para la implementación del servicio de catering para la empresa "Eventos Arcos", en la provincia de Pichincha, sector sur de Quito durante el año 2025.

1.4.2. Objetivos específicos

- Desarrollar el marco teórico que respalde el presente tema de investigación.
- Elaborar un estudio de mercado que permita determinar la acogida actual del servicio de catering en el sector sur del Distrito Metropolitano de Quito.
- Verificar la viabilidad del proyecto en términos mediante el uso de indicadores financieros tales como: Valor Actual Neto (VAN) y Tasa Interna de Retorno (TIR).

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Proyecto

Realizar un proyecto implica desarrollar técnicas de indagación cuyo objetivo principal es estudiar los antecedentes de aspecto económico para posibilitar la evaluación de ventajas y riesgos que pueda implicar la actividad. En consecuencia, Contreras (2020) menciona que al desarrollar un proyecto es necesario establecer tareas de manera ordenada y coordinada con la finalidad de analizar toda la información posible referente al presupuesto y la cantidad de tiempo necesaria para alcanzar los objetivos deseados.

Moromenacho (2023) menciona que, la vida útil de cualquier proyecto, ya sea: de vida, de inversión, de construcción, de innovación, de investigación o social; debe pasar por las siguientes cinco fases:

Fase de Inicio: etapa del proyecto donde una idea abstracta se convierte en un objetivo real partiendo de una necesidad, en esta fase se define una visión realista de la meta para lo cual es necesario comenzar con la investigación del proyecto (Alvarado, 2023).

Fase de planificación: momento del proyecto más desafiante para el encargado del proyecto, pues es el responsable debe considerar todos los aspectos referentes a las necesidades del personal y tener a disposición los insumos requeridos para realizar el proyecto y así lograr los objetivos planteados en el tiempo estimado (Pérez, 2021).

Fase de ejecución: se llevan a cabo las acciones que se establecieron en la fase de planificación cumpliendo con el tiempo estipulado y haciendo uso de los recursos asignados, para completar esta etapa es indispensable tener una comunicación correcta y asertiva para tener el control y registro del destino tanto de los recursos como del tiempo (Moromenacho, 2023).

Fase de seguimiento y control: esta fase no es necesariamente secuencial pues se realiza un diagnóstico del desempeño del proyecto se hace a lo largo de la ejecución del mismo (Alvarado, 2023).

Fase de cierre: es la última etapa de cualquier proyecto donde tanto el director del proyecto como su equipo y los inversionistas, revisan aspectos relativos al producto que se ofertó, la calidad del trabajo y el resultado final. Posteriormente se realiza una reunión con todos los implicados para discutir acerca de los aprendizajes y tomar decisiones en torno a las oportunidades para optimizar los procesos y uso de técnicas para lograr el éxito del proyecto (Lagos et al., 2020).

El criterio de éxito de todo negocio depende de los logros alcanzados mismos que se demuestran al final de las etapas del proyecto y se ven reflejados en la fase cierre donde se evalúa si el proyecto está dentro del tiempo que se estimó y si los recursos alcanzaron para cumplir las metas. En relación con la idea anterior varios autores indican que, determinar el éxito de un proyecto es bastante complejo por lo cual es importante considerar factores fundamentales como: la eficacia, la eficiencia y la efectividad (Lagos et al., 2020).

Al respecto, Sullca (2022) plantea que, cuando un proyecto es eficiente se logra minimizar el uso de recursos y se optimiza al máximo los procesos obteniendo el mayor rendimiento posible. También se puede afirmar que le proyecto es eficaz cuando se cumplen con los objetivos establecidos usando los recursos necesarios, pero si aparte de esto se genera un valor agregado y un beneficio para la organización se considera que el proyecto es efectivo pues alcanzó con el efecto deseado obteniendo la mayor rentabilidad .

2.1.1. Proyecto de inversión.

El proyecto empresarial o de inversión es una actividad que posibilita realizar una correcta inversión económica, permitiendo estimar de manera anticipada los resultados de dichas inversiones y disminuir el riesgo. Para Basilio (2022) el proyecto de inversión denota el planteamiento de una visión a futuro que busca obtener beneficios y potenciar su oferta para mejorar los ingresos de la empresa. En el criterio de Mancuzo (2020), al desarrollar un proyecto es indispensable considerar los obstáculos y posibles soluciones o alternativas, por lo cual es necesario evaluar los siguientes puntos:

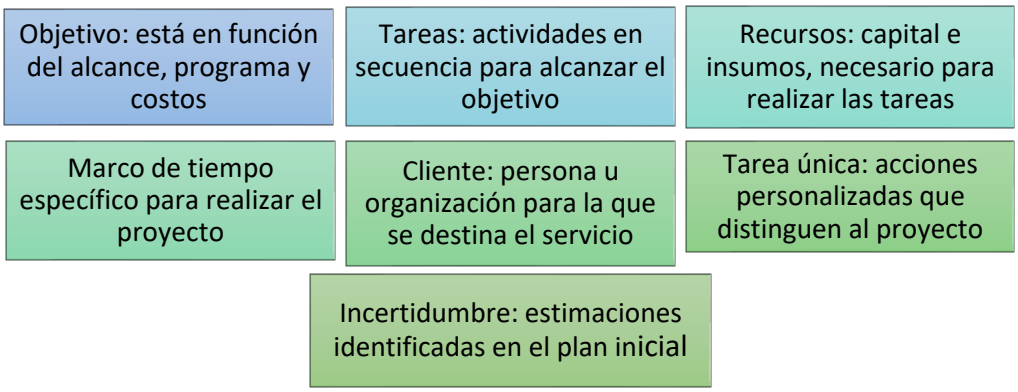


Figura 1. Aspectos importantes para desarrollar un proyecto

Nota: Adaptado de *Importancia del Desarrollo de Proyectos* por Mancuzo (2020).

En síntesis se puede afirmar que, un proyecto de inversión es una idea de negocio que busca plasmarse en la realidad para generar ganancias económicas. En consecuencia, la realización de un proyecto de inversión es un instrumento básico para tomar decisiones basadas en un análisis comercial (Valencia et al., 2020).

2.1.2. Importancia.

La importancia de un proyecto de inversión radica principalmente en plantear objetivos reales, para lo cual es fundamental realizar estudios preliminares que permitan identificar riesgos y sus posibles soluciones antes de ejecutar la propuesta. Al desarrollar la idea principal

sin ejecutarla en la realidad, permite solucionar problemáticas presentes en un periodo de tiempo determinado considerando los recursos existentes como indica Moromenacho (2023).

En la mayoría de casos, la planificación de un proyecto representa un proceso complejo que facilita una visión integral del negocio posibilitando la detección temprana de posibles necesidades y desafíos, lo cual agiliza la toma de decisiones y cumplir con los plazos marcados. Mancuzo (2020) resume que, la planificación de una empresa correctamente ejecutada se adapta al desarrollo del proyecto por lo cual es relevante.

2.2. Estudio de factibilidad

Un análisis de viabilidad de proyectos es necesario para resolver un problema definido, por lo cual se parte de estimaciones previas y pronósticos. Según Goyzueta (2023) el grado de preparación de la información es crucial, pues a partir de la investigación de los diferentes estudios: técnicos, económicos, financieros y de mercado que brindarán confiabilidad para desarrollar cada etapa del proyecto y reducir la incertidumbre frente al mercado, para implementar un estudio de factibilidad es necesario pasar por las siguientes etapas:

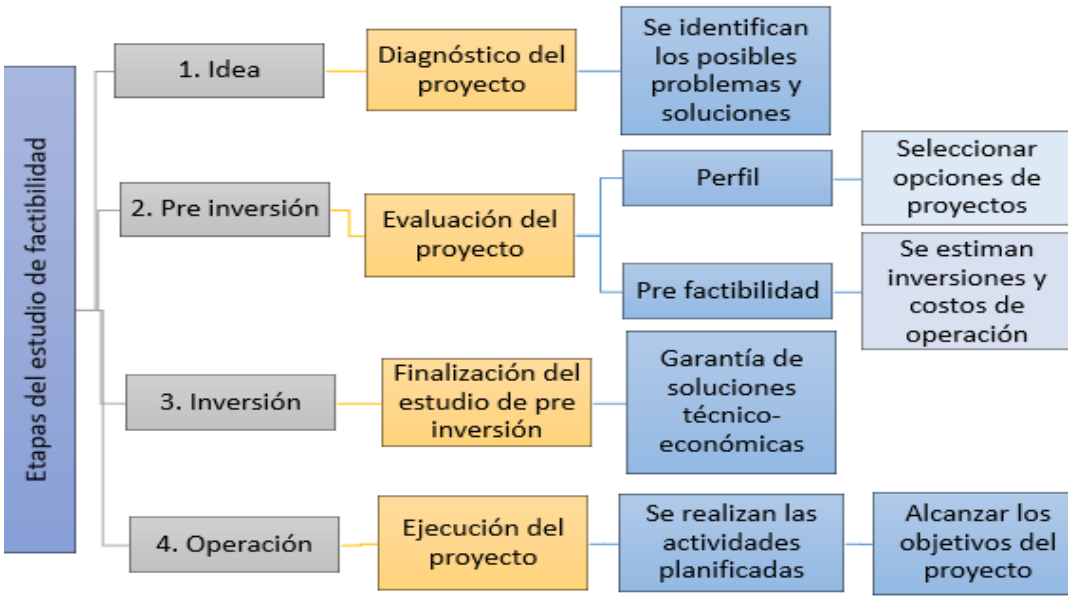


Figura 2. Etapas del estudio de factibilidad (2023).

Nota: Adaptado de *Estudio de prefactibilidad y rentabilidad económica para un proyecto de inversión mobiliario de vivienda multifamiliar desde el punto de vista del promotor en la Urb. Cabaña María - Arequipa* por Goyzueta (2023).

Cuando un emprendedor toma la decisión de satisfacer una necesidad debe organizar y planificar a profundidad las etapas del proyecto para que el mismo sea exitoso. Con respecto a lo anterior, Garcés y Terán (2023) indican que el estudio de factibilidad es la herramienta idónea para analizar un proyecto de inversión, pues se determinará la rentabilidad del emprendimiento según los criterios de costo beneficio.

2.2.1. Objetivos de un estudio de factibilidad.

El propósito de un estudio preliminar o de factibilidad puede cambiar dependiendo del sector económico al que se destine el proyecto, mismo que busca asegurara que el emprendimiento sea exitoso, es decir que el negocio sea viable y sostenible en el tiempo gracias al óptimo aprovechamiento de los recursos cuando se proporciona el producto al mercado. En relación con lo mencionado anteriormente, Quiroa (2020) indica que el objetivo de todo estudio de factibilidad permite conocer si es aceptable otorgarle alternativas a un producto, bien o servicio, además es posible definir si el producto o bien tiene acogida por parte de los consumidores, por lo tanto es posible entender al consumidor y tener información acerca de las consecuencias positivas o negativas referentes a la selección estratégica de acciones.

2.2.2. Tipos de factibilidad.

Factibilidad operativa: evalúa si el proyecto puede ser implementado hasta llegar a sus objetivos con éxito dentro de una empresa. Quiroa (2020) menciona que, la factibilidad operativa analiza aspectos referentes a la fuerza de trabajo y para ello investiga si el postulante

a trabajar en la empresa cumple con los requerimientos y competencias laborales, por lo tanto esta tarea recae en el personal de recursos humanos que cumple con los procesos que ayudan a la empresa a cumplir con las metas establecidas.

Factibilidad técnica: este análisis considera los diferentes aspectos técnicos para implementar el proyecto, entre ellos está la disponibilidad de tecnología, el equipo necesario y las habilidades técnicas necesarias para desarrollar el proyecto. Moromenacho (2023) indica que, la factibilidad técnica comprueba si los conocimientos que posee el personal de la empresa están actualizados.

Factibilidad económica: este aspecto evalúa si el proyecto es viable y rentable financieramente. Moromenacho (2023) menciona que la factibilidad económica se centra en identificar los recursos destinados al proyecto y posteriormente los compara con los ingresos proyectados, finalmente se determina si el proyecto generará beneficios, finalmente se identifican los riesgos financieros para disminuir las pérdidas económicas.

Factibilidad comercial: dimensión orientada a analizar las diferentes dinámicas y evaluar la viabilidad del negocio para que pueda resultar atractivo para los consumidores y se comercialice con éxito. Para Quiroa (2020) la factibilidad comercial determina la posibilidad de comercializar el producto ofertado a una cantidad considerable de clientes para lo cual es necesario conocer la demanda del mercado, analizar a la competencia, desarrollar estrategias de marketing y realizar proyecciones de ventas.

Factibilidad política y legal: se encarga de evaluar si el proyecto cumple con los permisos y licencias necesarias para desarrollarse y operar dentro del marco legal. Para complementar la idea anterior, Quiroa (2020) menciona que dependiendo del tipo de negocio existen políticas y normativas basadas en documentos legales como patentes y permisos necesarios para el funcionamiento del negocio.

Factibilidad de tiempo: al ejecutar este análisis se asegura que las actividades planificadas dentro del proyecto se realicen en un lapso de tiempo determinado sin causar retrasos significativos. Quiroa (2020) resume que este aspecto determina la factibilidad del proyecto garantizando su ejecución en tiempo real.

2.3. Servicio de alimentación

Se refiere a la acción de proveer de alimentos preparados previamente para el consumo humano, puede abarcar desde la preparación de comida en locales especializados como al desarrollo del servicio mediante la entrega de catering para eventos especiales donde el menú fue establecido al gusto del cliente. Moromenacho (2023) resalta la necesidad de ofertar un conjunto de alimentos frescos y correctamente preparados para evitar complicaciones en el bienestar de los consumidores.

2.3.1. El servicio de catering.

Actividad económica dedicada de proveer de alimentos y bebidas previamente preparados para eventos o reuniones. En el criterio de Ochoa (2024) el catering presta el servicio de reparto de comida preparada, misma que es servida y consumida en un lugar acordado por el cliente y el proveedor.

Sarango y Velecela (2024) remarcan que, entre los aspectos clave para gestionar correctamente el servicio de catering que incluye tanto la clase de insumos como montaje de los platos. Dichos aspectos afectan directamente a la experiencia gastronómica que los comensales comparten junto a compañeros, familiares o amigos. Además es importante priorizar la optimización operativa y de esa manera perfeccionar la gestión logística con la

finalidad de cumplir con los plazos establecidos de entrega, garantizando el buen estado de los alimentos.

2.3.2. Tipos de catering.

Las empresas dedicadas al servicio de catering pueden clasificarse según la industria donde opera de la siguiente manera:

a. Por el área económica de la empresa solicitante, se verifica el catering: aéreo, para ferrocarriles, para buques e industrial (Martínez, 2024).

b. Por el motivo de aplicación puede ser: social o corporativo (Martínez, 2024).

El servicio de catering varía dependiendo del entorno o evento y las necesidades específicas del cliente en base a las que, según Masabanda (2024) se clasifica de la siguiente manera:

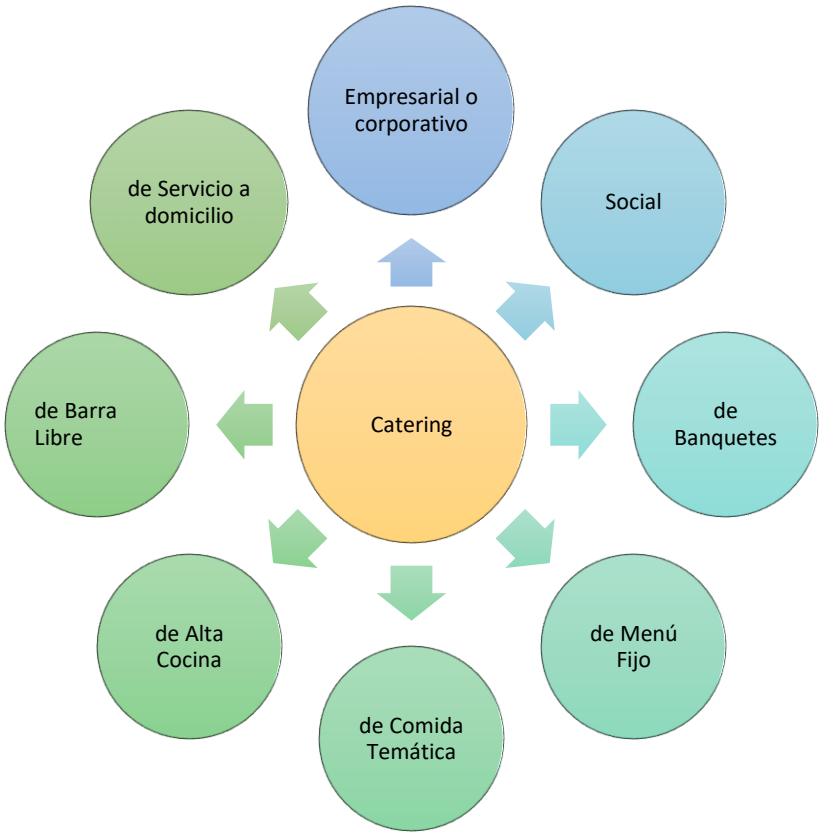


Figura 3. Tipos de catering según el evento.

Nota: Adaptado de *Plan de aprovisionamiento y montaje de catering externo* por Masabanda (2024).

La (figura 3) demuestra la versatilidad del servicio de catering, pues se adapta según el entorno que se presente, donde la necesidad del cliente y el lugar donde se desarrollará el evento son aspectos clave para determinar detalles como: el diseño del menú, la logística necesaria y la presentación (Masabanda, 2024).

2.4. Estudio de mercado

La investigación del mercado busca establecer la oferta y demanda, además se define el público al que está dirigido el proyecto, también se analizan a los competidores dentro del mercado, además se verifican las estrategias de mercadotecnia para que el proyecto tenga resultados positivos. El análisis de mercado previo a la implementación de un negocio tiene como objetivo generar soluciones o buscar alternativas para que el proyecto tenga éxito (Quinde, 2025).

2.4.1. Segmentación del mercado.

Estrategia que permite agrupar a los clientes de un mercado amplio en grupos pequeños y específicos de consumidores, estas personas comparten gustos, necesidades o comportamientos. Para Jiménez (2023).indica que el enfoque de segmentar el mercado permite a los emprendimientos crear estrategias efectivas para cada grupo.

Para Paguay (2022) diferenciar a un segmento de mercado estratégico ayuda a homogenizar a los clientes en base a la actividad económica del proyecto, permitiendo que el producto tenga un distintivo para definir la publicidad que se va a realizar e influir en el comportamiento del consumidor.

2.4.2. Demanda insatisfecha.

Para determinar la demanda insatisfecha es necesario establecer los objetivos del plan de negocio en relación a la oferta de productos presentes en la competencia. Según Córdova (2025) la demanda potencial se presenta cuando el estado actual de la oferta no cubre totalmente a las necesidades de un demandante o cliente.

Las necesidades alimentarias en el área empresarial no están satisfechas pues los nuevos estilos de vida han provocado modificaciones en los patrones alimenticios de la población ecuatoriana por lo cual las organizaciones dedicadas a la alimentación se ven en la necesidad de asumir compromisos relativos a la productividad y el logro de objetivos con la finalidad de brindar un servicio profesional destinado a empresas (Velastegui, 2016). Así mismo, en el estudio de Moromenacho (2023) se evidencia que el mercado del catering en Quito tiene a varios competidores con servicios semejantes en su metodología que no brindan un valor añadido a los clientes por lo que, los consumidores están inconformes denotando una necesidad insatisfecha.

2.5.Estudio técnico

El propósito de realizar un estudio técnico es facilitar información para valorar si las inversiones y costos operativos son importantes dentro del proyecto, teniendo la oportunidad de optimizar cada recurso para la producción de bienes o la prestación de un servicio. Gonzaga y Muñoz (2025) mencionan que, gracias al estudio técnico se puede obtener datos importantes referentes a las necesidades de los recursos que se usará para poner en marcha al proyecto.

2.5.1. Localización.

La ubicación del proyecto permite establecer el lugar físico o virtual donde se va a desarrollar la actividad económica. En el criterio de Moromenacho (2023) aspectos como la región o sector de ubicación y el entorno que rodee al negocio influirá positiva o negativamente al emprendimiento por lo cual es indispensable seleccionar un espacio adecuado que genere ventajas tanto para los propietarios como para quienes contraten el servicio de catering.

2.5.2. Tamaño del proyecto.

Paguay (2022) menciona que, la dimensión del emprendimiento depende las necesidades no atendidas en el mercado, dicho concepto también contempla .el número de servicios proporcionados y la infraestructura necesaria para llevar a cabo el negocio, por otra parte es indispensable conocer el mercado objetivo y el impacto tanto económico como social del emprendimiento.

2.6.Estudio financiero

En la experiencia de Basilio (2023) para evaluar un proyecto implica el cálculo de la rentabilidad y el tiempo en que se recuperará la inversión destinada al proyecto. Por lo antes mencionado, el análisis financiero para cualquier modelo de negocio se realiza mediante el balance de pérdidas y ganancias, inversiones y costos en un periodo de tiempo particular para realizar las operaciones de financiamiento (Vélez et al., 2022).

2.6.1. Valor Actual Neto (VAN).

Denominado como Valor Presente Neto, es un método valioso que ayuda a tomar decisiones de inversión pues se considera el valor del dinero. El VAN permite obtener valores monetarios basados en una fórmula financiera, se obtiene al calcular la diferencia entre el valor presente de los flujos de caja que generará el proyecto y la inversión inicial para el negocio (Torres, 2021). Si el VAN es positivo indica que el emprendimiento es conveniente pues generará un retorno de dinero superior al costo de inversión (Basilio, 2022).

2.6.2. Tasa Interna de Retorno (TIR).

Indica el porcentaje que se obtiene por cada centavo invertido en el proyecto, el término considera la medida de rentabilidad de la inversión (Chumacero, 2021). Para Gonzaga y Muñoz (2025) dicho indicador financiero indica la tasa de rendimiento que proporciona una inversión, por lo cual es necesario considerar la cantidad de beneficio o pérdida económica.

2.7.Marco conceptual

Proyecto: Es la planificación de un grupo de actividades ordenadas, interrelacionadas y coordinadas que tienen la finalidad de alcanzar objetivos específicos en un determinado lapso de tiempo considerando los recursos asignados para su realización (Aguirre y Aguirre, 2020).

Catering: Servicio profesional ofertado a personas, grupos o empresas para la realización de eventos, mismo que se dedica a proveer de alimentos , mantelería y cristalería, etc. requeridos por parte de la clientela quienes buscan desarrollar un evento con cuidado y responsabilidad (Moromenacho, 2023).

Cliente: Persona que contratan productos o servicios, son parte esencial de todo negocio debido a que ellos son los que determinan el precio y que están dispuestos a pagar por dichos servicios (Alba, 2022).

Mercado: Es cualquier persona, grupo o sistema que esté en posición de tener una relación de intercambio de la mercancía o servicio ofertada a cambio de un pago monetario. Los bienes y servicios son negociables entre las partes pues los compradores establecen la demanda y los vendedores determinan la oferta (Mankiw, 2020).

Demanda: Volumen de producto que los consumidores están dispuestos a comprar por un precio estimado, lo cual impacta en aspectos como: las preferencias, los ingresos, los bienes relacionados y las expectativas de los clientes (Hidalgo, 2022).

Oferta: Es el volumen de productos o servicios que los productores están en capacidad de vender y están sujetos a factores como el precio del capital y el precio de venta al público que depende del mercado actual (Garcés y Terán, 2023).

Inversión: El término es usado tanto por parte de los empresarios como por los comerciantes que piensan en inversiones que asocian el término con la duplicación de la suma de dinero inicial destinado a un proyecto. Este concepto representa no solo un riesgo inminente, sino también una posibilidad de generar ganancias económicas significativas (Goyzueta, 2023).

Rentabilidad: Es un indicador económico que señala si vale la pena llevar a cabo un proyecto pues permite determinar si los ingresos esperados superan en la realidad a los costos asociados. Algunos métodos para determinar la rentabilidad de un proyecto implican el cálculo del: VAN y TIR, así como el periodo de recuperación (PR) y la razón entre utilidades y gastos (Moromenacho, 2023).

Relación Beneficio/Costo (B/C): La relación (B/C) permite conocer si la actividad económica de le empresa genera o no las ganancias suficientes en el lapso de tiempo establecido, lo cual es indicativo de la sostenibilidad y capacidad de cubrir las necesidades del emprendimiento. Moromenacho (2023) define al beneficio/costo como un cálculo mediante el cual se determina si el proyecto es viable y próspero para su ejecución, mide la relación entre

los beneficios obtenidos y los costos realizados, si esta relación es superior a uno entonces el proyecto es rentable.

2.8. Marco legal

El organismo encargado del control de empresas dedicadas a la alimentación de grandes cantidades de personas recae en el Ministerio de Turismo opera conforme el Reglamento Turístico de Alimentación y Bebidas establecido mediante el Acuerdo Ministerial No. 2018053, que tiene como objetivo controlar, regular, categorizar y establecer los requisitos pertinentes para el ejercicio de las actividades turísticas que involucren alimentos y bebidas. Dicho reglamento tiene el objetivo de garantizar el derecho a disponer de alimentos saludables y seguros de manera continua, como indica el Ministerio de Turismo (2018).

Actualmente existen diferentes Normas ISO que se encargan de regular las operaciones de las empresas dedicadas al catering, las cuales se describen a continuación :

ISO 9000 - ISO 9001 (2015): Norma centrada en el modelo de gestión de calidad. Dicha normativa adopta un enfoque integral dirigido a satisfacer las necesidades y expectativas del cliente mediante la optimización y automatización de procesos.

ISO 22000 (2018): Se basa en la protección alimentaria y establece un marco para reconocer y gestionar los riesgos asociados a la seguridad alimentaria.

ISO 14001 (2015): Normativa enfocada tanto en la gestión de residuos como en la eficiencia energética.

ISO 45001 (2018): Normativa enfocada en la administración de la seguridad y salud laboral, aspectos que en las empresas dedicadas al catering es importante implementar para que se asegure la protección de los trabajadores durante el horario laboral.

En nuestro país se revisan las normativas dictadas por la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA), entidad responsable de supervisar y

regular toda práctica sanitaria en una empresa expendedora de comida garantizando la inocuidad alimentaria que en el contexto del catering es fundamental para asegurar la seguridad y satisfacción de los consumidores (Sarango y Velecela, 2024).

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1. Tipo de investigación

3.1.1. Según el propósito.

Investigación descriptiva: el enfoque de la presente investigación es de tipo descriptivo pues el objetivo general es elaborar un proyecto de factibilidad para la implementación del servicio de catering para la empresa “Eventos Arcos”, en la provincia de Pichincha, sector sur de Quito para lo cual se describirá el comportamiento, tanto de las empresas que ofrecen el servicio de catering como de los clientes potenciales.

Guanoquiza y Oña (2023) mencionan que descriptiva posee un enfoque deductivo pues se parte de los aspectos generales hasta llegar a los temas particulares, esta visión es la base para desarrollar una metodología cuya finalidad es obtener resultados y analizarlos en todas las dimensiones relevantes y precisar las necesidades de los clientes.

3.1.2. Según la manipulación de variables.

- Investigación no experimental: pues la investigadora no manipula intencionalmente las variables independientes, sino que se limita a observar y analizar los resultados tal como ocurren para analizarlos posteriormente.

Alba (2022) indica que dicho tipo de investigación se realiza sin la necesidad de adulterar o influenciar sobre las variables para su posterior análisis de la información obtenida en la fase de investigación de campo.

3.1.3. Según el tiempo de desarrollo.

- Investigación Transversal: la investigación también tiene un enfoque transversal, pues se recolectan datos en un lapso de tiempo corto y en un momento específico en este caso, durante el año 2025. Según Martínez (2024), este tipo de investigación es útil para identificar patrones o asociaciones entre variables sin establecer causas y efectos debido a su naturaleza puntual.

3.2. Enfoque

3.2.1. Enfoque cuantitativo.

La investigación se fundamenta en recopilar y examinar la información numérica presente, con la finalidad de identificar patrones y preferencias.

3.3. Herramientas metodológicas

3.3.1. Investigación de mercado.

Para recopilar información de forma sistemática para posteriormente analizar e interpretar los datos obtenidos sobre el mercado del catering en la zona de estudio, los consumidores y la competencia para determinar si es posible realizar el proyecto de manera exitosa.

3.3.2. Segmentación de clientes.

A través del análisis de la percepción de los usuarios de los servicios de catering en el sector sur del DMQ.

3.4. Técnicas

3.4.1. Análisis estadístico.

Luego de realizar la encuesta propuesta se procedió a analizar e interpretar los resultados obtenidos con la finalidad de analizar e interpretar resultados de manera cuantitativa.

3.4.2. Encuesta.

Herramienta cuantitativa presente en formato presente en el anexo B.

3.5. Estudios iniciales

3.5.1. Variable independiente.

Proyecto de factibilidad, este aspecto se describe en la figura 4.

Instrumento: Investigación y recopilación de la información presente en las bases de datos, Google Académico, Proquest , tesis, libros y manuales físicos y en línea.

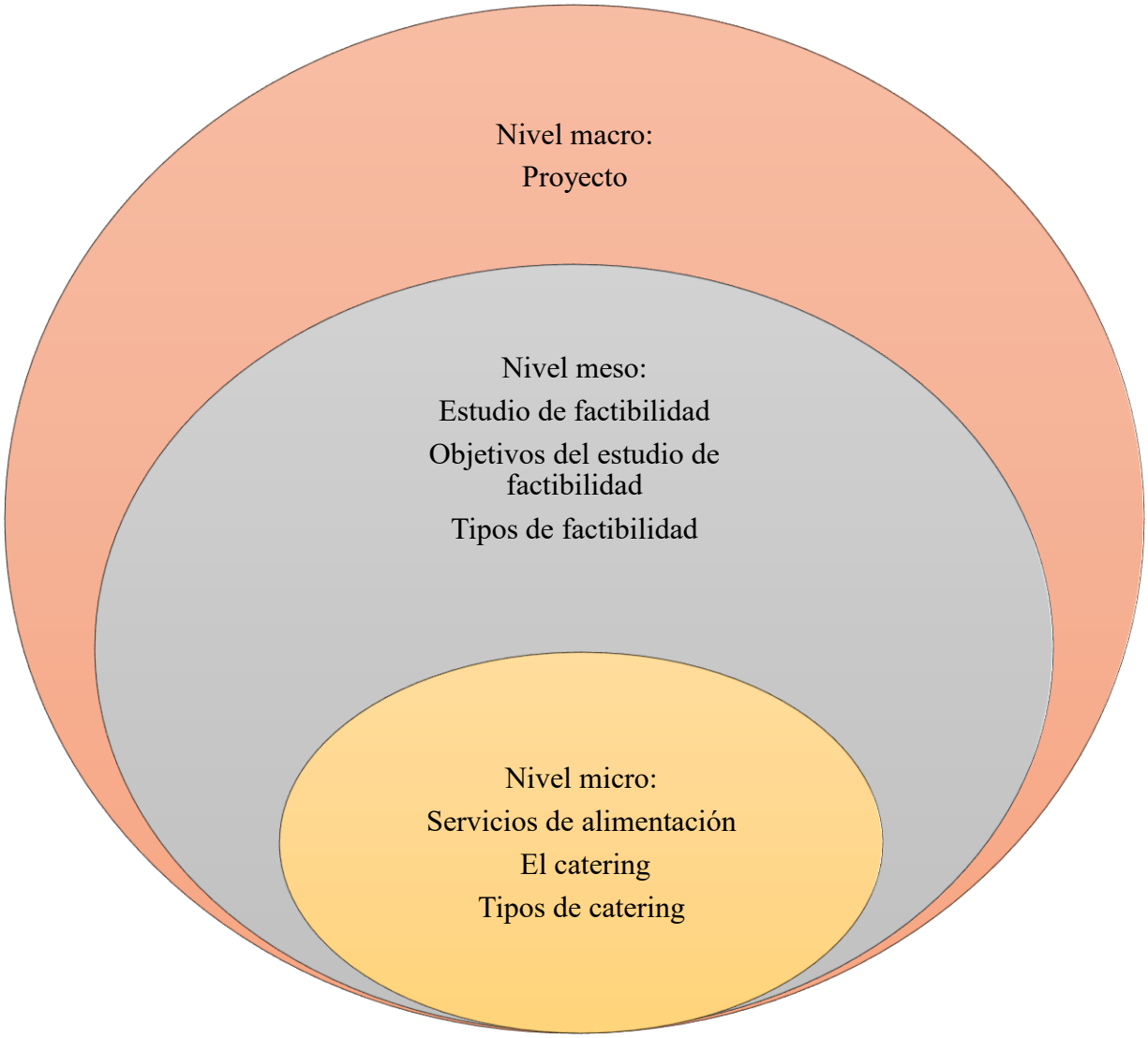


Figura 4. Organizador gráfico de la variable dependiente

3.5.2. Variables dependientes.

Rentabilidad del catering para la empresa “Eventos Arcos”

Demanda insatisfecha del servicio de catering por parte de los ciudadanos del sector sur del DMQ en 2025 como se indica en la figura 5.

Medida/ observación/ instrumento:

Encuesta

Registro de clientes: Verificación y conteo de los clientes presentes en la empresa “Eventos Arcos”.

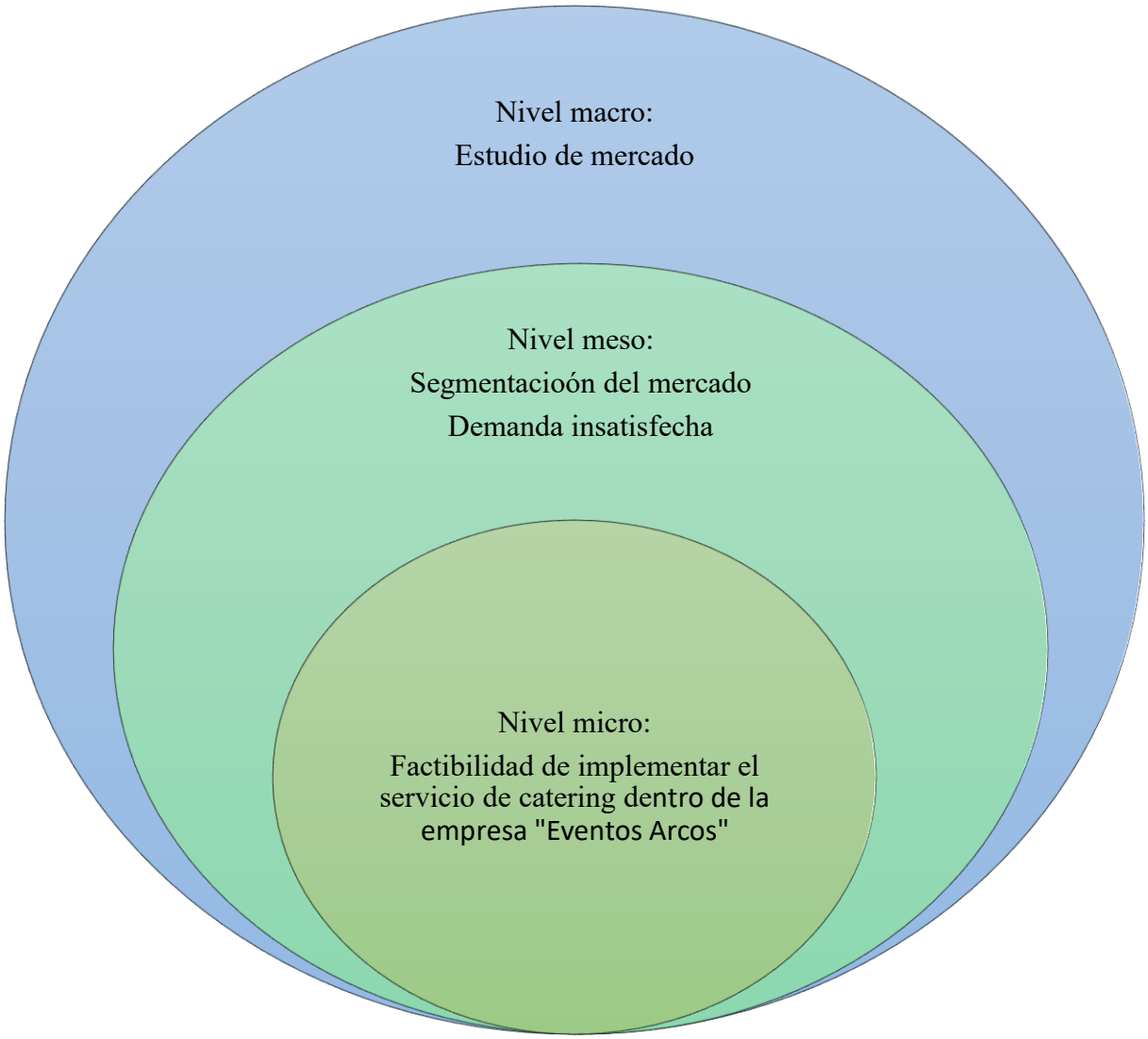


Figura 5. Organizador gráfico de variables independientes.

Con la finalidad de facilitar la definición conceptual del presente proyecto, se procede a describir el presente proyecto de factibilidad en la tabla 1.

Tabla 1. Matriz de operacionalización de variables

Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Instrumento
¿Cuáles son las variables? -Variable Independiente Proyecto de factibilidad para la implementación del servicio de catering en la empresa “Eventos Arcos”. -Variables dependientes: Rentabilidad Verificación de la demanda del servicio de catering.	-Relación entre variables: ¿Cómo el proyecto de factibilidad para la implementación del servicio de cáterin en la empresa “Eventos Arcos” maximizará la rentabilidad del negocio? ¿Existe demanda para el servicio de catering en el sector sur del DMQ? -Manifestación ¿Cómo se manifiesta la factibilidad de la implementación del cáterin dentro de la empresa? - Dimensiones Social Comercial	-Dimensión social ¿Estaría dispuesto adquirir un servicio de catering para algún evento de su entorno social o familiar? Indicador: Análisis de frecuencia -Dimensión comercial Indicadores: Valor Actual Neto (VAN) Tasa Interna de Retorno (TIR) Relación Beneficio/Costo (B/C) Periodo de recuperación de la inversión	-Dimensión social: Encuesta física y mediante Google Forms -Dimensión comercial: Microsoft Excel para el cálculo de los indicadores

Así mismo se procedió a describir los criterios de inclusión y exclusión descritos en la (tabla 2).

Tabla 2. Criterios de inclusión y exclusión.

Criterios de Inclusión	Criterios de Exclusión
Personas mayores de 18 años	Personas menores de 18 años
Consentimiento informado sin firma	Consentimiento informado firmado
El participante conoce el área de estudio	El participante no conoce el área de estudio
El participante está disponible durante el periodo de estudio	El participante no puede estar presente durante el periodo de estudio
El participante entiende y habla el idioma español	El participante no entiende ni habla el idioma español
Se incluyen participantes sin considerar el sexo	El estudio está dirigido a los participantes de un sexo específico
No se considera el ingreso mensual familiar	Se considera el ingreso mensual familiar
No se considera la preparación académica	Se considera la preparación académica
No se considera la etnia del participante	Se considera la etnia del participante

En la tabla 3 se puede observar a la población considerada para el estudio y el método de muestreo seleccionado.

Tabla 3. Muestreo y Población.

Población	Método de Muestreo	Tamaño de la Muestra	Características de la Muestra
101 personas	Muestreo deliberado	47 participantes	Se realizará la encuesta en 10 empresas establecidas en el sur del DMQ
	Muestreo por conveniencia	54 participantes	Realizar encuestas virtuales mediante Google Forms a 54 personas de manera anónima

Como se muestra en la tabla anterior, se empleó el tipo de muestreo no probabilístico deliberado, pues se seleccionaron a los participantes de 10 empresas dedicadas al rubro de catering en Quito, también se seleccionó el muestreo por conveniencia de 20 personas en calidad de clientes de diferentes catering presentes en el sur de la ciudad durante el tiempo establecido.

3.6. Desarrollo

En la primera etapa del presente trabajo de investigación se propuso realizar la investigación de diferentes proyectos, la información fue recolectada y analizada para continuar con la etapa descriptiva ,mediante la revisión bibliográfica en buscadores científicos como Google Académico, guías y libros tanto impresos como digitales, entre otros cuyo contenido esté en idiomas inglés o español. Los temas investigados se basaron en las necesidades del tema propuesto.

El plan de negocios presenta un enfoque cuantitativo, pues se aplicó la recopilación minuciosa de datos referentes al mercado del cáterin en el sur del DMQ con el propósito de realizar un análisis de preferencias de los usuarios bajo un muestreo no probabilístico. Dicho análisis busca obtener conclusiones clave referentes al comportamiento de los usuarios (expectativas, preferencias), mostrar las nuevas corrientes del mercado y reconocer las fortalezas de las empresas rivales. Por lo antes mencionado, el procedimiento se llevará a cabo con precisión para asegurar que la información sea confiable y brinde una visión integral del entorno comercial del proyecto.

La siguiente fase corresponde a la aplicación de la herramienta de investigación, en este caso la encuesta para el posterior estudio de los datos obtenidos y finalmente definir si el proyecto es factible de realizar.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Análisis e interpretación de resultados

Para el análisis e interpretación de resultados se consideró el análisis de frecuencia y el porcentaje de las encuestas realizadas a los usuarios los mismos que se dan a conocer a continuación:

4.1.1. Sexo de las personas encuestadas.

En la presente investigación se realizó 101 encuestas (tabla 4), en las cuales el 64.4% de las personas encuestadas fueron mujeres, mientras el 35.6% fueron hombres (figura 6), estas encuestas fueron realizadas a los habitantes del Distrito Metropolitano de Quito específicamente del sur de Quito, zonas que comprenden la Administración Zonal Quitumbe y la Administración Zonal Eloy Alfaro.

Tabla 4. Sexo

Sexo	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	36	35.60 %
Femenino	65	64.40 %
Total	101	100 %

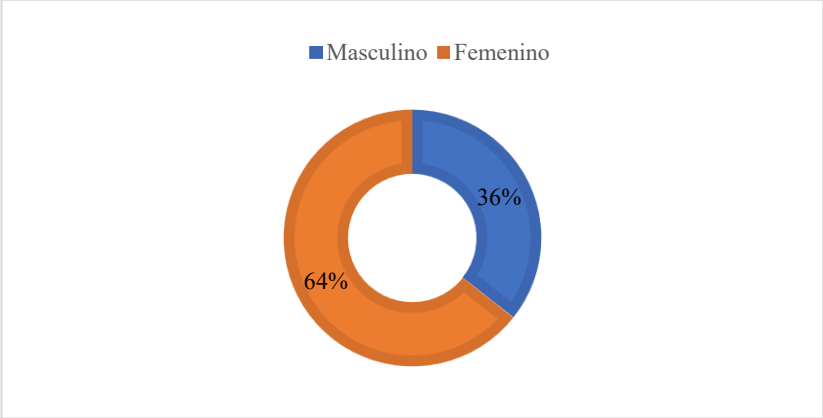


Figura 6. Sexo.

4.1.2. Edad de las personas encuestadas.

Tabla 5. Edad

Edad	Frecuencia	Porcentaje
20 a 25 años	29	29%
26 a 30 años	12	12%
31 a 35 años	23	23%
36 a más años	37	37%
Total	101	100%

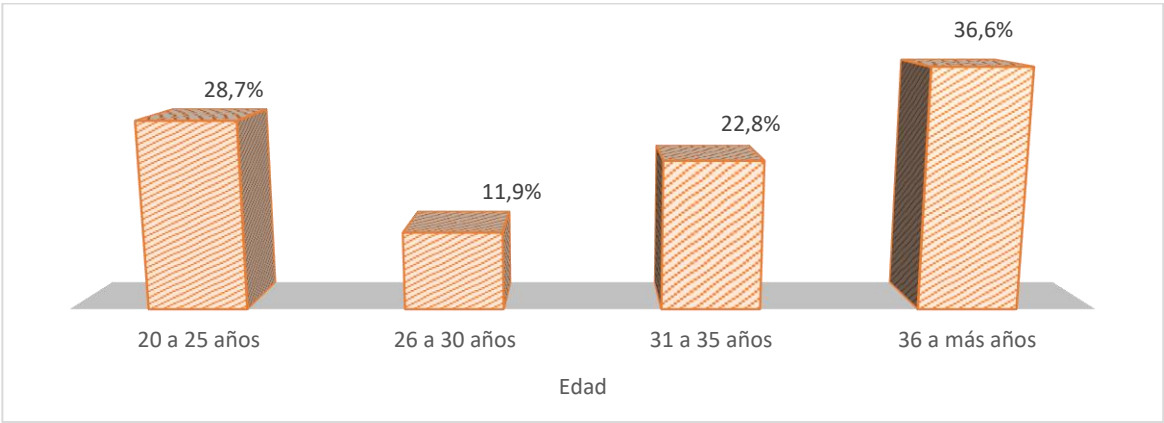


Figura 7. Porcentaje de personas encuestadas según la edad.

La tabla 5 refleja la edad en la que se encuentran las personas encuestadas, se puede verificar que el 36.6% de las personas tienen 36 años en adelante, el 28.7% de los participantes se encuentran en el rango de 20 a 25 años de edad, mientras el 22.8% se encontraron en la edad de entre 31 a 35 años de edad, finalmente las personas cuyos rangos de edad están entre los 16 a 30 años representan el 11.9% de los habitantes encuestados como indica la figura 7.

4.1.3. Ingresos mensuales de los habitantes encuestados.

Tabla 6. Ingresos mensuales

Ingresos / mes	Frecuencia	Porcentaje
De $450 a $500	36	35.6%
De $500 a $600	25	24.8%
De $600 a $700	18	17.8%
De $700 a más	22	21.8%
Total	102	100.0%

La tabla 6 refleja los ingresos que perciben los habitantes encuestados en la presente investigación, en los cuales el 35.6% de los habitantes perciben un salario de $450 a 500%, mientras el 24.8% de la población encuestada percibe un salario entre $501 hasta los $600, el 21.8% de los habitantes encuestados perciben un salario entre $701 a más (figura 8).

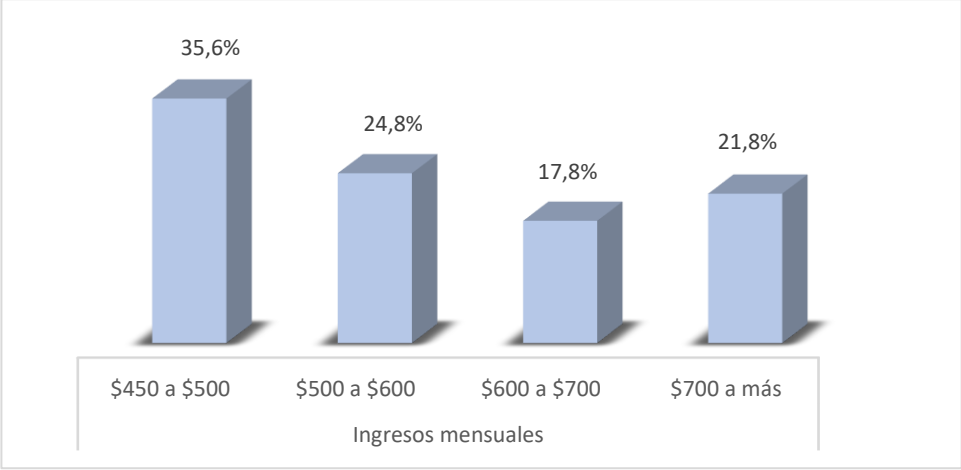


Figura 8. Porcentaje de personas encuestadas según el salario.

Finalmente el 17.8% representa a los habitantes con un salario de entre $601 a 700 dólares americanos (figura 8).

4.1.4. Habitantes que en algún momento han utilizado el servicio de catering.

Tabla 7. Habitantes que han utilizado el servicio de catering

Utilización	Frecuencia	Porcentaje
Si	63	62.4%
No	38	37.6%
Total	101	100.0%

La tabla 7 muestra los datos obtenidos en la encuesta realizada a los habitantes en el sector sur del DMQ, donde el 62.4% de los habitantes encuestados mencionan que en algún momento utilizaron el servicio.

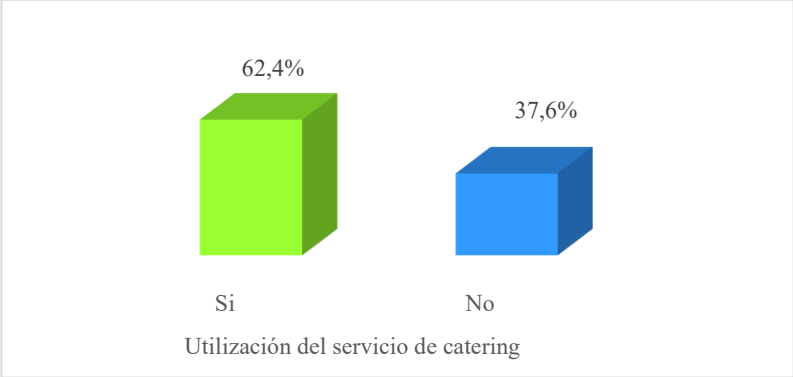


Figura 9. Porcentaje de uso del servicio de catering.

Solo el 37.6% de las personas encuestadas señaló no haber tenido la oportunidad de utilizar el servicio de catering como se indica en la figura 9.

4.1.5. Disponibilidad para adquirir un servicio de catering.

Tabla 8. Disposición para adquirir el servicio de catering

Disposición	Frecuencia	Porcentaje
Si	57	56.4%
No	10	9.9%
Talvez	34	33.7%
Total	101	100.0%

En la Tabla 8. se presenta la información acerca de la disposición de los habitantes del distrito Metropolitano para adquirir un servicio de catering, en los cuales el 56.4% de las personas encuestadas presentan interés en contar con el servicio de catering

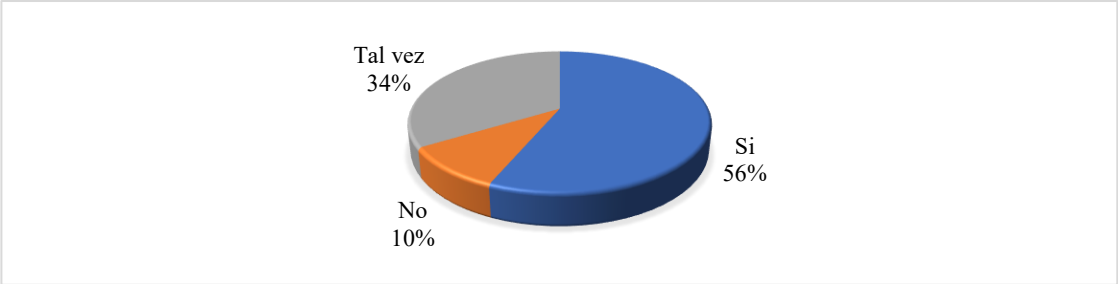


Figura 10. Porcentaje de interés en el servicio de catering.

El 9.9% de las personas encuestadas no me muestran interesadas en contar con el servicio de catering destinado a celebrar un evento social o familiar, finalmente el 33.7% personas mencionan que talvez podrían contratar un servicio de catering para algún evento familiar o social (figura 10).

4.1.6. Tipo de evento para contratar el servicio de catering.

La tabla 9 refleja los posibles eventos en los cuales los habitantes tendrían la intención de contar con un servicio de catering, los cuales se menciona a continuación: con el 23.6% los habitantes mencionan que mostrarían interés en un evento de graduación, seguido del 23.1% de los habitantes que muestran interés en un evento social como una boda

Tabla 9. Tipo de evento para contratar el servicio de catering

Evento	Frecuencia	Porcentaje
Celebraciones religiosas (bautizo, primera comunión, confirmación)	32	17.6%
Quince años, cumpleaños, baby shower	26	14.3%
Bodas	42	23.1%
Graduación	43	23.6%
Reuniones familiares	19	10.4%
Reuniones de trabajo	20	11.0%
Total	182	100.0%

El 17.6 % de las personas encuestadas se muestran interesadas en contar con un servicio de catering para un evento religioso como: bautizo, primera comunión o confirmación, el 14.3% de los habitantes mencionan estar interesados en contar con un servicio de catering en un evento social como Quince años, Cumpleaños, o Baby shower, por otro lado el 11.0% de los habitantes presentan interés para una reunión de trabajo, finalmente el 10.4% presentan un interés en contar con dicho servicio para reuniones familiares.

4.1.7. Día de preferencia para desarrollar un evento social.

La encuesta realizada demostró que la elección del día para desarrollar cualquier evento social depende de varios factores entre los cuales se destaca el tipo de evento, el público objetivo y la disponibilidad de tiempo de los asistentes.

Tabla 10. Día preferencial para realizar el evento

Día	Frecuencia	Porcentaje
Entre semana	19	18.8%
Fin de semana	82	81.2%
Total	101	100.0%

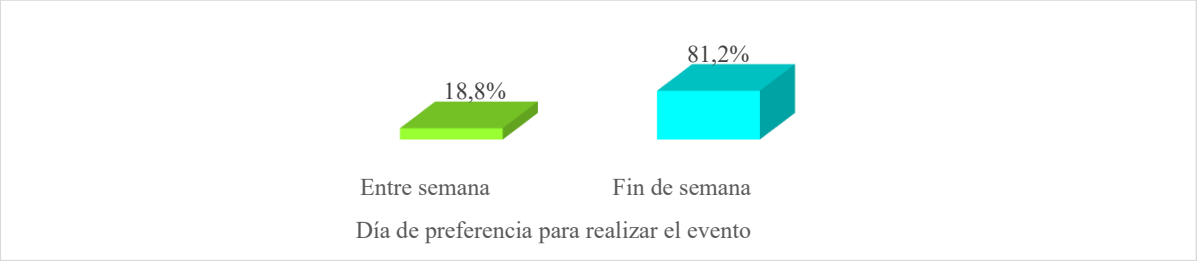


Figura 11. Porcentaje de día de preferencia para realizar un evento social

La tabla 10 hace referencia al día de preferencia que los habitantes encuestados muestran interés para realizar un evento social, en los cuales el 81.2% menciona que el fin de semana es el día predilecto para realizar celebraciones, mientras que solo un 18.8% de los participantes menciona que preferiría realizar un evento social entre semana (figura 11).

4.1.8. Conoce usted de algún lugar que ofrezca un servicio de catering en el sur. de Quito.

Tabla 11. Conocimiento de un lugar que oferte el servicio de catering

Conocimiento	Frecuencia	Porcentaje
Si	37.00	36.6%
No	64.00	63.4%
Total	101	100.0%

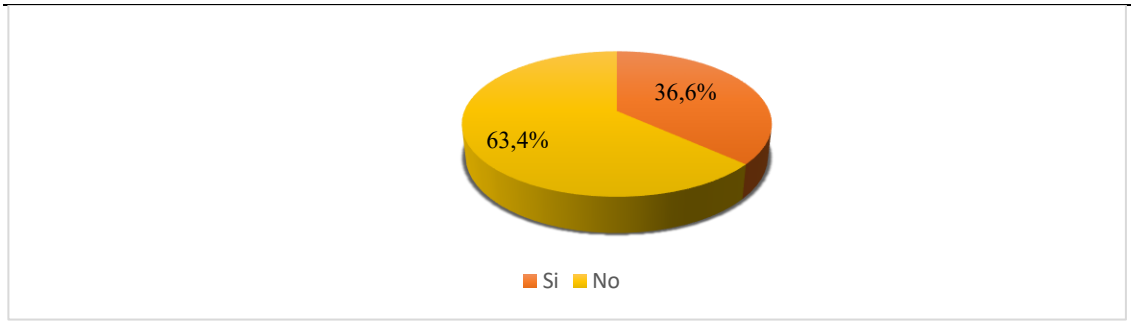


Figura 12. Porcentaje de conocimiento de lugares que ofertan el servicio de catering en el sur del DMQ.

La tabla 11 menciona si las personas encuestadas tienen conocimiento con respecto a algún lugar en el cual ofrezcan un servicio de catering dentro del sur de Quito, en el cual tan

solo el 36.6% tienen conocimiento de un salón de eventos específico con servicio de catering, mientras el 63.4% menciona que el no conocer algún lugar con servicio de catering (figura 12).

4.1.9. Medios de comunicación para difundir el servicio de catering.

En la tabla 12 se evidencia que las personas encuestadas mostraron la preferencia para tener información y propaganda sobre un servicio de catering, donde el 66.7% de los encuestados expresaron su preferencia por obtener información mediante redes sociales, mientras que soo el 5.1% optaría por la televisión como fuente de información.

Tabla 12. Medios de comunicación para difundir el servicio de catering

Medio de comunicación	Frecuencia	Porcentaje
Páginas web	22	18.8%
Redes sociales	78	66.7%
Radio	11	9.4%
Tv	6	5.1%
Total	117	100.0%

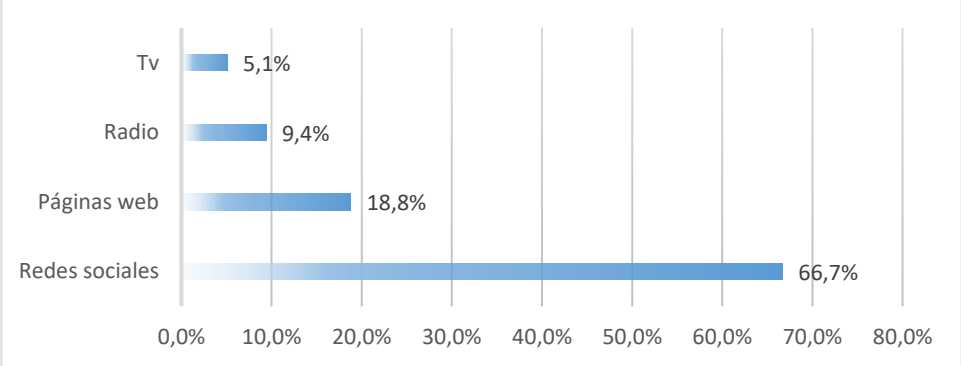


Figura 13.Medios de comunicación para obtener información del servicio de catering.

La figura 13 muestra que al 18.8% de las personas encuestadas les gustaría tener información de páginas web y el 9.4% muestran interés en obtener información de la radio.

4.1.10. Forma de pago para acceder al servicio de catering.

La presentación de las formas de pago que gustan utilizar los habitantes encuestados (tabla 13) son las siguientes: con el 48.8% muestran una preferencia por el método de pago mediante transferencia, mientras, el 32.2% tienen una preferencia de pago mediante un pago en efectivo, finalmente tan solo el 19% prefieren realizar un pago con tarjeta de crédito (figura 14).

Tabla 13. Preferencia en la forma de pago del servicio de catering

Pago	Frecuencia	Porcentaje
Efectivo	39	32%
Tarjeta de crédito	23	19%
Transferencia bancaria	59	49%
Total	121	100%

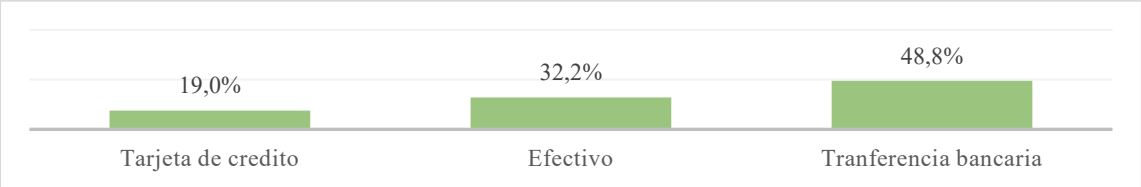


Figura 14. Preferencia en las formas de pago del servicio de catering.

4.1.11. Factores relevantes al momento de contratar un servicio de catering.

Tabla 14. Factores relevantes al momento de contratar el servicio de catering

Factor	Frecuencia	Porcentaje
Calidad	53	35.6%
Variedad de menú	33	22.1%
Precios	35	23.5%
Promociones	28	18.8%
Total	149	100.0%

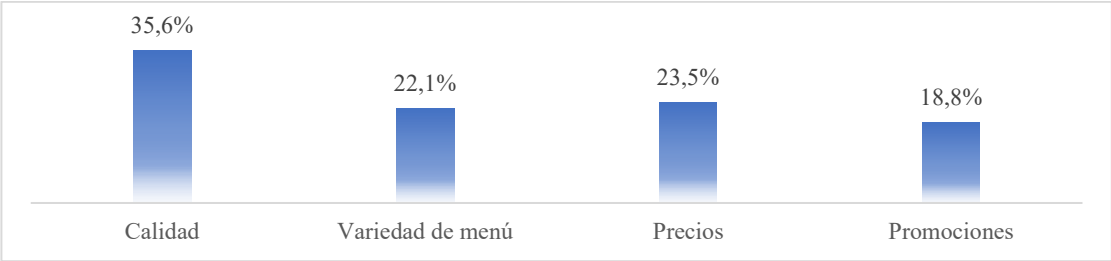


Figura 15. Factores que influyen en la contratación del servicio de catering.

Según la tabla 14, los aspectos que influyen en la elección y contratación de un servicio de catering incluyen varios aspectos clave que incluyen: la calidad del servicio, la variedad del menú, los precios y promociones ofertadas. El 35.6 % de los encuestados considera que la calidad de los productos empleados es fundamental e importante, mientras que el 23.5% destaca que el precio influye al momento de contratar el servicio. Por otra parte, el 22.1 % valora la variedad del menú ofrecido y el 18.8% muestra interés en las promociones como incentivo para contratar el servicio, como se detalla en la figura 15.

4.1.12. Tipo de gastronomía destinada a eventos especiales.

Tabla 15. Preferencia gastronómica

Tipo de Comida	Frecuencia	Porcentaje
Comida típica	38	34.5%
Comida costeña	22	20.0%
Comida Gourmet	50	45.5%
Total	110	100.0%



Figura 16. Preferencia en la gastronomía destinada al servicio de catering para un evento especial.

En la tabla 15 se muestra la preferencia gastronómica de las personas encuestadas. El 45.5% manifestó la predilección por la comida gourmet, mientras que el 34.5% expresó la preferencia por la comida típica perteneciente a la Sierra ecuatoriana finalmente el 20% eligió la comida costeña como su favorita (figura 16).

4.1.13. Cuánto estaría dispuesto a cancelar por el servicio de catering.

Tabla 16. Pago del servicio de catering

Precio	Frecuencia	Porcentaje
$7.00 a %11.00	43	0.426
$12.00 a $15.00	38	0.376
$16.00 a $19.00	20	0.198
Total	101	1

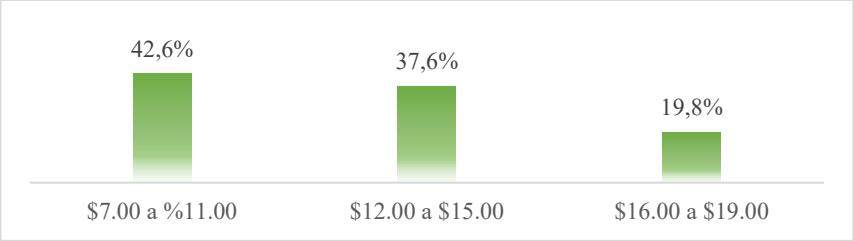


Figura 17. Precio considerado por el servicio de catering

Con respecto al pago del servicio de catering por persona se presenta en la tabla 16, en la cual el 42.6% de las personas encuestada menciona que el precio podría ser entre $7.00 a $11.00 por persona, mientras el 37.6% opina que el precio por el servicio podría ser entre $12.00 a $15.00 dólares, finalmente el 19.8% de los habitantes encuestados opinan que el valor del servicio de Catering podría estar entre los $16.00 a $19.00 dólares por persona (figura 17).

4.1.14. Tipo de comida que preferiría en un servicio de catering.

Tabla 17. Preferencia por el tipo de comida

Tipo de comida	Frecuencia	Porcentaje
Nacional	27	23.7%
Internacional	10	8.8%
Fusión	19	11.7%
Saludable	37	32.5%
Vegana/Vegetariana	21	18.4%
Total	114	100.0%

La preferencia de la comida en los habitantes encuestados se presenta en la tabla 17. en los cuales se menciona que el 32.5% de los habitantes prefieren un tipo de comida saludable, mientras el 23.7% de la población encuestada menciona tener preferencia por la comida nacional, el 18.4% de las personas encuestadas tienen preferencia por una comida vegana o vegetariana.

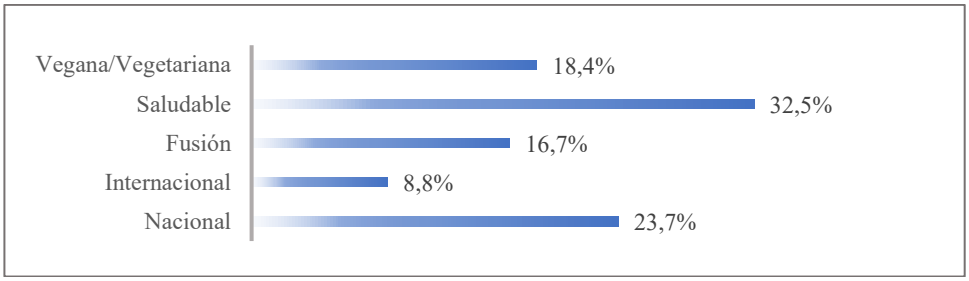


Figura 18. Tipo de comida en el servicio de catering.

Se determinó que la inclinación por la comida fusión en la población encuestada tan solo está representada por el 16.7%, finalmente la comida internacional tan solo tiene una opinión del 8.8% (figura 18).

4.1.15. Cual formato de servicio de catering le parece más adecuado.

El formato de servicio dentro del servicio de catering es importante dentro del servicio, lo cual se presenta dentro de la tabla 18 donde: el 60.4% de la población menciona tener una preferencia por el servicio tipo buffet, seguido del servicio tipo menú

Tabla 18. Formato de servicio de catering

Formato de servicio	Frecuencia	Porcentaje
Buffet	61	0.604
Menú servido	31	0.307
Box lunch	9	0.089
Total	101	1

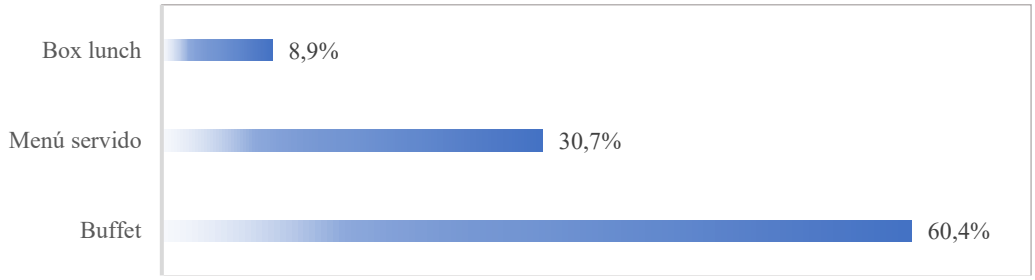


Figura 19. Preferencia de formato para el servicio de catering.

Solo el 8.9% de la población prefiere un servicio tipo Box lunch (figura 19).

4.2. Estudio Técnico

El estudio técnico tiene como objetivo decidir los componentes necesarios con el fin de implementar la gestión de catering en la empresa "Eventos Arcos", lo cual se describe a continuación:

4.2.1. Localización óptima del proyecto.

El estudio de localización busca seleccionar el lugar más apropiado con el fin buscar los beneficios hacia los propietarios y usuarios del servicio, considerando que no tenga un efecto en los costos y algunos factores a considerarse, es importante considerar la ubicación del servicio de catering, ya que esto depende la demanda del consumidor. La figura 20 indica la ubicación adecuada para la microempresa Eventos Arcos la cual estará ubicada de la Provincia de Pichincha, en el Sur del Distrito Metropolitano de Quito, sector la Mena dos.



Figura 20. Micro localización del proyecto para el servicio de catering

El establecimiento cuenta con un espacio adecuado en el cual se establecerá el servicio de catering dentro de la empresa "Eventos Arcos" el cual contará con oficinas donde se procederá a dar la información necesaria para realizar el evento y dar el servicio de catering donde se considera: infraestructura, servicio de Wifi, servicios básicos, accesibilidad, parqueaderos con servicio de guardianía. Estos factores pueden hacer la diferencia en y marcar una ventaja al momento de elegir los locales que ofrecen el servicio de catering.

4.2.2. Determinación óptima del tamaño de la planta.

Con el fin de determinar el tamaño de la empresa es importante considerar los siguientes factores: la demanda, número de trabajadores, oferta efectiva, capacidad instalada e inversión.

4.2.3. Capacidad instalada.

El presente proyecto analiza una capacidad del 21% de la demanda insatisfecha, por lo cual se aplicará para cada uno de los servicios descritos a continuación:

Tabla 19. Capacidad instalada para graduación

				A Cubrir
Año	Demanda	Oferta	DI	21%
1	21.845	4.651	17.194	3.6107
2	22.243	4.874	17.369	3.6475
3	22.894	5.135	17.759	3.7294
4	23.454	5.267	18.187	3.8193
5	23.984	5.398	18.586	3.9031

Tabla 20. Capacidad instalada para bodas

				A Cubrir
Año	Demanda	Oferta	DI	21%
1	21.845	4.123	17.722	3.722
2	22.243	4.354	17.889	3.757
3	22.894	4.498	18.396	3.863
4	23.454	4.865	18.589	3.904
5	23.984	5.198	18.786	3.945

Tabla 21. Capacidad instalada para bautizo / primera comunión / confirmación

				A Cubrir
Año	Demanda	Oferta	DI	21%
1	21.845	4.234	17.611	3.698
2	22.243	4.465	17.778	3.733
3	22.894	4.654	18.24	3.830
4	23.454	4.987	18.467	3.878
5	23.984	5.211	18.773	3.942

Tabla 22. Capacidad instalada para Quinceaños /cumpleaños/ baby shower

				A Cubrir
Año	Demanda	Oferta	DI	21%

1	21.845	3.879	17.966	3.773
2	22.243	4.089	18.154	3.812
3	22.894	4.267	18.627	3.912
4	23.454	4.543	18.911	3.971
5	23.984	4.786	19.198	4.032

Tabla 23. Capacidad instalada para reuniones familiares

				A Cubrir
Año	Demanda	Oferta	DI	21%
1	21.845	2.505	19.34	4.061
2	22.243	2.758	19.485	4.092
3	22.894	2.869	20.025	4.205
4	23.454	2.956	20.498	4.305
5	23.984	3.105	20.879	4.385

Tabla 24. Capacidad instalada de reuniones

				A Cubrir
Año	Demanda	Oferta	DI	21%
1	21.845	1.865	19.98	4.196
2	22.243	2.102	20.141	4.230
3	22.894	2.218	20.676	4.342
4	23.454	2.308	21.146	4.441
5	23.984	2.402	21.582	4.532

4.2.4. Espacios de trabajo.

El análisis de cada factor facilita obtener una visión general referente a la factibilidad o riesgo que puede presentar en cuanto a la implementación del servicio de catering, esto dependerá del nivel de la demanda del 21%. La empresa Eventos Arcos contará con espacios

de trabajo pues la microempresa considera que es necesario cubrir la oferta calculada en la tabla 25.

Tabla 25. Descripción de las dependencias de la empresa

Descripción	Área (m2)
Oficina de operaciones administrativas	13
Oficina de información, exhibición y ventas	15
Servicio de catering	26
Área de decoración	18.7
Área sanitaria	7
Bodega	7.5
Parqueadero	34
Pasillos	16

4.2.5. Descripción del proceso para el servicio.

Para el proceso de producción que ofrece la microempresa Eventos Arcos se considera siempre que el cliente realice el pedido de cotización y de acuerdo a lo que requiera se procederá a realizar un contrato con el tipo de servicio y las amonestaciones del cliente, posterior a eso el cliente debe realizar el pago del 50% del valor total, el siguiente paso es dar a conocer al chef sobre el menú.

El chef y el ayudante procederán a la compra de los ingredientes a utilizarse para el menú, posteriormente se informará a los ayudantes y al quipo de apoyo sobre el menú que se preparará para el evento, al mismo tiempo que se prepara el menú se estará realizando los preparativos para el evento, arreglo de mesas, sillas, mantelería, después el alimento será servido por los camareros en cada mesa (anexo A). Finalmente, si el cliente selecciona el presente catering será incluido en un listado elaborado por el administrador quien detallará los

servicios solicitados por el usuario, después el personal encargado se contactará con los proveedores para efectuar las compras necesarias.

4.3. Estudio Financiero

4.3.1. Inversión inicial.

Se analizan los costos y gastos del proyecto, también se consideran los elementos clave relacionados con la tecnología, precios infraestructura y la inversión necesaria para llevar a cabo el proyecto.

4.3.2. Inversión fija.

Se considera que la inversión figa par a la implementación de la empresa Eventos Arcos serán los activos para el funcionamiento, cuya finalidad ayuda a promover las condiciones necesarias para llevar a cabo la actividad de forma ordenada.

Tabla 26. Inversión fija

Descripción	Valor Total
PROPIEDAD DE PLANTA Y EQUIPO	18000.00
Terreno	8000.00
Edificio	10000.00
MAQUINARIA Y EQUIPO	9850.00
MUEBLES Y EQUIPOS ADMINISTRATIVOS	7800.00
EQUIPOS DE COMPUTO	860.00
VEHÍCULO	11500.00
TOTAL DE INVERSIONES FIJAS	48010.00

La inversión fija de este proyecto se encuentra detallada en la tabla 26 en la cual se especifican los costos de la inversión fija, mismos que contemplan el lugar en el cual se dará el funcionamiento de la microempresa Eventos Arcos, el proyecto está valorado en $48010.00 dólares americanos.

4.3.3. Inversión diferida.

Esta inversión contempla los bienes y servicios intangibles, mismos que son indispensables para iniciar el funcionamiento del proyecto de la creación de la microempresa Eventos Arcos, estos activos siempre están sujetas a amortizaciones y es una inversión que se recuperará en años posteriores (tabla 27).

Tabla 27. Inversión diferida

Descripción	Precio Unitario	Valor total
Gastos de constitución	160.00	160.00
Gastos de instalación y adecuaciones	150.00	150.00
Total		310.00

Las inversiones diferidas son derechos adquiridos, mismos que se deben analizar para poner en marcha el proyecto, dicha inversión es necesaria para iniciar el funcionamiento legal.

4.4.4. Capital de trabajo.

El capital de trabajo es un recurso indispensable y está compuesto por los activos que facilitan el desarrollo del proyecto desde el primer mes de operación.

Tabla 28. Capital de trabajo

Descripción	Valor total

Materia Prima	2100
MANO DE OBRA (MOD)	2250
COSTOS INDIRECTOS (CI)	3452
GASTOS ADMINISTRATIVOS	4367
Servicios básicos	120
Permisos de funcionamiento	45.55
Sueldos y salarios	4186
Suministros de oficina	15.45
GASTOS DE VENTA	
Publicidad	350
TOTAL, CAPITAL DE TRABAJO	12519

El capital de trabajo representa a la cantidad de dinero necesaria para dar inicio a la microempresa , el cual asume el valor total de activos y obligaciones de $ 12519.00 dólares americanos con el fin de cubrir deudas desde el primer mes en ejecución de la microempresa Eventos Arcos (tabla 28).

4.4.5. Resumen de inversión.

El resumen de inversión (tabla 29) indica que el costo total para la creación de la microempresa Eventos Arcos requiere de un valor de $60839.00 dólares americanos.

Tabla 29. Resumen de la inversión

Rubro	Valor
Inversión fija	48010.00
Inversión definida	310.00
Capital de trabajo	12519.00
Inversión total	60839.00

4.4.6. Costos de producción.

El costo de producción se considera el valor de la materia prima, mano de obra directa, y los costos indirectos de fabricación, con el fin de la valoración monetaria a la microempresa Eventos Arcos.

Tabla 30. Costos de producción

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia prima directa	25100.00	26156.71	27257.91	28405.47	29601.34
Costo de materia prima	25100.00	26156.71	27257.91	28405.47	29601.34
Mano de obra directa	24800.00	25844.08	26932.12	28065.96	29247.53
Costos indirectos de fabricación	14395.00	15001.03	15632.57	16290.70	16976.54
CIF	14395.00	15001.03	15632.57	16290.70	16976.54
Depreciaciones	3900.00	4064.19	4235.29	4413.60	4599.41
Depreciaciones equipos	3900.00	4064.19	4235.29	4413.60	4599.41
Total	68195.00	71066.01	74057.89	77175.73	80424.82

El CP es un factor que permite evaluar tanto la cantidad de producción directa como las respectivas depreciaciones dentro del emprendimiento. También es necesario considerar la tasa de inflación presente en Ecuador que, según el diario en línea El Comercio (2024) hasta finales del 2024 la tasa de inflación anual fue del 4.21%, lo cual es importante para la microempresa ya que ayuda a gestionar o planificar el servicio de catering en lo cual el primer año se prevé un costo de $ 68165.00 y el quinto año $ 80424.82 dólares americanos como se indica en la tabla 30.

4.4.7. Punto de Equilibrio.

Tabla 31. Análisis del punto de equilibrio

Rubros	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
	Costos fijos	Costos variables	Costos fijos	Costos variables	Costos fijos	Costos variables	Costos fijos	Costos variables	Costos fijos	Costos variables
Costos de producción		68195.00		71066.01		74057.89		77175.7		80424.82
Gastos admin.	45807.68		52652.87		57546.32		61760.23		68986.7	
Gasto ventas		4200		4550		4986		5287		5464
Gastos financieros	3736.66		3467.1		3107.6		2456.3		1876.45	
Totales	49544.34	72395.0	56119.96	75616.01	60653.99	79043.89	64216.57	82462.73	70863.21	85888.82
Venta unidades	19435.98		19760.54		19945.67		20102.34		20398.65	
P. E	85978.54		96456.41		115565.76		128764.09		147937.47	
P.E. sobre Ventas	57%		65%		70%		78%		87%	

Gracias al estudio del PE es posible evaluar si el emprendimiento está en capacidad de generar y comercializar los servicios del catering de tal manera que sea posible solventar los costos tanto fijos como los variables, y así asegurar la continuidad operativa (Tabla 31).

4.4.8. Valor Actual Neto.

Tabla 32. Análisis del punto de equilibrio

Detalle	Estructura de financiamiento	% de banco central	Ponderación
Capital propio de la micro empresa	50%	7.05%	3.53%
Crédito	50%	11.26%	5.63%
Riesgo de Inversión			8%
Total			17.16%

La tabla 32 evidencia el cálculo generado para determinar la tasa de descuento siendo de 17,16% es importante considerar que el crédito es equivalente a la mitad y el otro 50% pertenece al capital de la microempresa por lo tanto se presentó un riesgo de inversión del 8%.

Tabla 33. Valor Actual Neto

Años	FNE	Factor de actualización	FNE Actualizados	FNE actualizados y acumulados
0	-46440.13	1.0000000	-46440.13	-46440.13
1	22795.66	0.8535700	19457.69	-26982.44
2	18585.51	0.7285820	13541.07	-13441.37
3	15582.46	0.6218960	9690.67	-3750.70
4	11605.58	0.5308320	6160.61	2409.91
5	7708.48	0.4531020	3492.73	5902.64

$$VAN = (-)Inversión\ Inicial + \frac{FNA\ año\ 1}{(1+i)^1} \dots\dots\dots \frac{FNA\ año\ n}{(1+i)^n}$$

VAN= $ 5902.63

Después de realizar los cálculos del VAN (tabla 33) se obtiene un resultado superior a cero, lo que indica que es viable la inversión por lo tanto se puede concluir que se cumple con el criterio para la aceptación del proyecto, reflejando un resultado favorable ($ 5.902,63).

4.8.9. TIR.

Tabla 34. Taza interna de retorno

Años	FNE	Factor de actualización	FNE Actualizados	FNE actualizados y acumulados
0	-46440.13	1.0000000	-46440.13	-46440.13
1	22795.66	0.8535700	19457.69	-26982.44
2	18585.51	0.7285820	13541.07	-13441.37
3	15582.46	0.6218960	9690.67	-3750.70
4	11605.58	0.5308320	6160.61	2409.91
5	7708.48	0.4531020	3492.73	5902.64

$$PRI = Año\ Últ.\ Neg.\ FNE\ Act.\ y\ Acum.\ ^\wedge \left\{\left(\frac{Último\ Negativo\ FNE\ Act.\ y\ Acum.}{FNE\ Actualizado\ del\ año\ siguiente}\right) * 12\right\}$$

PRI= 3.7, es decir un periodo de 3 años con 7 meses.

En la tabla 34 se evidencia que el periodo de recuperación de la inversión es de 43 meses, por lo cual se considera rentable desde el punto de vista económico - financiero ya que la inversión se recuperará en un periodo de tiempo menor a cuatro años.

Tabla 35. Relación Beneficio/Costo

Años	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	INGRESOS	EGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
0	1.0000000	0.000	-46440.13	0.000	-46440.13
1	0.8535700	22795.66		19457.69	0.00
2	0.7285820	18585.51		13541.07	0.00
3	0.6218960	15582.46		9690.67	0.00
4	0.5308320	11605.58		6160.61	0.00
5	0.4531020	7708.48		3492.73	0.00
				52342.77	

$$RB/C = \frac{SUMA\ DE\ INGRESOS\ ACTUALIZADOS}{SUMA\ DE\ EGRESOS\ ACTUALIZADOS + INVERSIÓN}$$

RB/C= $ 52342.76/ (0.00 + 46400.13)

RB/**C= $ 1.13**

Se verifica la viabilidad del proyecto al realizar el cálculo del Beneficio/Costo presente en la tabla 35 donde se determina que el proyecto es factible, con una relación B/C de $1,13 es decir que por cada dólar invertido se gana trece centavos, lo que confirma la factibilidad del proyecto de catering para la microempresa Eventos Arcos.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- El marco teórico en la presente investigación hace referencia directa al tema, pues se expusieron los proyectos establecidos en años anteriores además se verificó la información referente a los tipos de servicio que se puede ofrecer en un negocio dedicado al catering, también se determinó que es indispensable ejecutar una investigación de mercado y un estudio financiero, que ayudaron a despejar las inquietantes dentro de un estudio técnico.
- La metodología implementada en la presente investigación fue de tipo descriptivo y no experimental, de naturaleza transversal y con un enfoque cuantitativo, pues se fundamentó en la recopilación de la información numérica mediante entrevistas dirigidas a 101 personas, después se ejecutó la estadística descriptiva donde se demostró que, tanto el estudio de mercado como los costos de producción determinaron el precio de comercialización de los servicios de catering en un valor de $7.00 a $11.00 por persona.
- Después de realizar la evaluación económica se verificó la viabilidad del proyecto demostrando que es factible, pues el Valor Neto actual fue mayor a 0, es decir que la inversión es viable y cumple una de las características importantes para ser aceptado pues se presentó un resultado positivo de $ 5.902,63.
- El periodo de recuperación de la inversión es tres años y siete meses, se considera rentable desde el punto de vista económico - financiero pues la inversión se recuperará en menos de 4 años por otro lado, después de ejecutar el cálculo de la (B/C) fue de $1.13 lo que significa que por cada dólar invertido se gana trece centavos, por lo tanto el proyecto de incorporar el servicio de catering en la microempresa Eventos Arcos es completamente factible.

- El análisis de mercado demuestra que existe una mejor aceptación para el servicio de catering con comida saludable con el 32.5%, en contraste solo el 8.8% de las personas muestran interés por una comida de tipo internacional.
- En el análisis de mercado es esencial considerar aspectos que la población valora al seleccionar o contratar un servicio de catering, entre estos se verifica que un 35.6% destaca la calidad del servicio y los productos utilizados como un factor clave, mientras que el 18.8% muestra interés en las promociones que dicho servicio pueda ofrecer.

Recomendaciones

- Ejecutar el proyecto de servicio de catering en el Sur de Quito, considerando los parámetros técnicos y financieros, mismos que confirman el éxito del proyecto

Supervisar rigurosamente los controles de calidad en cada etapa del proceso productivo de la microempresa además, es importante mantener un control de calidad estricto que permita cumplir con los objetivos establecidos y evitar errores comunes.

- Llevar a cabo una revisión continua del estudio de mercado es clave para identificar nuevas necesidades y servicios potenciales que se puedan implementar con la finalidad asegurar que los clientes estén satisfechos.
- Desarrollar una estrategia publicitaria efectiva usando las redes sociales como herramienta para la difusión de la información del negocio, resaltando los descuentos y promociones además de destacar la calidad del servicio.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aguirre. J. y Aguirre, S. (2020). *Metodologías para el desarrollo de Proyectos* [Tesis de posgrado, Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium - UNICATÓLICA]. https://www.repository.unicatolica.edu.co/handle/20.500.12237/2037

Alba Alba, E. A. (2022). *Diseño de un Plan de Negocios para la creación de una empresa de Catering de Eventos Sociales en el Cantón Cayambe.* [Tesis de pregrado, Universidad Iberoamericana del Ecuador]. http://repositorio.unibe.edu.ec/bitstream/handle/123456789/485/ALBA%20ALBA%20EVELYN%20ALEXANDRA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Alvarado, L. (2023). ¿Cuáles son las fases de un proyecto y qué tener en cuenta en cada una?. *Poliverso.* https://www.poli.edu.co/blog/poliverso/fases-de-un-proyecto

Basauri Gutiérrez, D. M., & Pachamango Terrones, J. L. (2021). *Lealtad de marca para el posicionamiento de la Empresa NOVACORP Catering y Hotelería SRL, Cajamarca 2021* [Tesis de pregrado, Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo]. http://repositorio.upagu.edu.pe/bitstream/handle/UPAGU/1654/TESIS%20LEALTAD%20Y%20POSICIONAMIENTO.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Basilio Franco, A. C. (2022). *Costos fijos y variables para la generación de rentabilidad en las Pyme´s* [Tesis de pregrado, Universidad Estatal Península de Santa Elena]. https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/7166/1/UPSE-TCA-2022-0002.pdf

Chumacero, J. (2021). *Técnicas para la evaluación de proyectos de inversión*. Grupo de Investigación Omega Beta Gamma. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. https://economia.unmsm.edu.pe/data/doc_trab/OBG_DT%20N%C2%B0%202_Agosto%202021_T%C3%A9cnicas%20para%20la%20evaluaci%C3%B3n%20de%20proyectos%20de%20inversi%C3%B3n_JACH.pdf

Contreras, A. (16 de abril de 2020). *¿Qué es un proyecto?* Recuperado de: https://campus.mec.gob.ar/pluginfile.php/140539/mod_resource/content/1/Act%206to% 201%2014-4%20a%2026-4.pdf

Córdova Caizachine, E. M. (2025). *Plan de negocios que determine la factibilidad de la instalación de un Fast Food de diseños novedosos en la Parroquia Cunchibamba de la ciudad de Ambato* [Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Ambato]. https://repositorio.uta.edu.ec/server/api/core/bitstreams/84bbdf77-cdcc-4dbe-ac66-e9fd9ad019a8/content

Cruz Laínez, A. J. (2020). *Servicio de catering en Greenfield´s Hotel del cantón salinas, provincia de santa elena año 2019* [Tesis de pregrado, Universidad Estatal Península de Santa Elena]. https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/7944/1/UPSE-TAE-2022-0054.pdf

Garcés Maya, D. X., & Terán Suárez, S. S. (2023). *Análisis de factibilidad para la implementación de un centro de entrenamiento de alta intensidad en el sector norte de la ciudad de Quito.* [Tesis de pregrado, Universidad Central del Ecuador]. http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/29399

Gonzaga Quihuire, J. R., & Muñoz Padilla, R, Alfredo. (2025). *Proyecto de factibilidad para crear una productora de aceite vegetal partiendo de la semilla Sacha Inchi en el cantón Tena* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Chimborazo]. http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/14599

González, A. (06 de junio de 2020). *Definición de Demanda*. Recuperado de: https://economiasimple.net/glosario/demanda

Goyzueta Tapia, M. (2023). *Estudio de pre-factibilidad y rentabilidad económica para un proyecto de inversión inmobiliaria de vivienda multifamiliar desde el punto de vista del promotor, en Urb. Cabaña María - Arequipa* [Tesis de pregrado, Universidad Católica

de Santa María]. https://repositorio.ucsm.edu.pe/server/api/core/bitstreams/436f6f40-5524-4baf-ab5b-7c9d32b6446c/content

Guanoquiza Castro, María. I,. & Oña Iza, J. Y. (2023). *Percepción de la calidad en los clientes del servicio de Kukayo-Catering.* [Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Cotopaxi]. https://repositorio.utc.edu.ec/items/9883e8b7-92eb-46bb-a45d-dd738228fab9

Hidalgo Granizo, J. (2022). *El comercio informal y su incidencia en las ventas de los comerciantes formales del Mercado Bolívar Chiriboga "Terminal Oriental", establecer estrategias para un mejor control.* [Tesis de pregrado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo]. http://dspace.espoch.edu.ec/bitstream/123456789/16293/1/22T0772.pdf

ISO 9000. 2015. *Sistemas de gestión de la calidad — Fundamentos y vocabulario.*

ISO 9001. 2015. *Sistemas de gestión de la calidad — Requisitos.*

ISO 22000. 2018. *Sistemas de gestión de la inocuidad de los alimentos — Requisitos para cualquier organización en la cadena alimentaria.*

ISO 14001. 2015. *Sistemas de gestión ambiental*.

ISO 45001. 2018. *Sistemas de gestión de la seguridad y salud en el trabajo — Requisitos con orientación para su uso.*

Jiménez Torres, V. J. (2023). *Estudio de factibilidad para creación de una PYME comercializadora de mermeladas de frutas y verduras, Loja* [Tesis de posgrado, Universidad Estatal Península de Santa Elena]. https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/10427/1/PSE-MAE-2023-0007.pdf

Lagos Collazos, Y., Montilla Covaleda, J., & Uparela Espitia, K. (2020). *Eficiencia, eficacia y efectividad en los proyectos.* [Tesis de pregrado, Universidad Cooperativa de

Colombia]. https://repository.ucc.edu.co/entities/publication/fd8a232f-4840-45c3-8aa7-1ddaf41cfed2

López Salazar, M. Y. & Tinajero Jiménez, M. R. (2024). Gestión de procesos en el sector de Catering: Un enfoque integral. *Revista Multidisciplinaria Perspectivas Investigativas*, *4*(2), 1–11. https://doi.org/10.62574/rmpi.v4iespecial2.183

Lucumi Olmedo, F. J. (2022). *Manual de funciones de la empresa de catering Frank Lucumi* [Tesis de pregrado, Universidad Tecnológica Indoamérica]. https://repositorio.uti.edu.ec/bitstream/123456789/4732/1/LUCUMI%20OLMEDO%20FRANK%20JANICK.pdf

Mancuzo, G. (25 de Abril de 2020). *Importancia del Desarrollo de Proyectos*. Recuperado de: https://blog.comparasoftware.com/importancia-del-desarrollo-de-proyectos/

Mankiw, G. (10 de agosto de 2020). ¿Cuál es la definición de mercado?. *Principios de economía*. https://socialesblog2018.wordpress.com/2018/10/19/gregory-mankiw/

Martínez Chávez, D.G. (2024). *Propuesta de plan de negocios para la creación de una empresa de catering para el sector empresarial en la ciudad de Arequipa, 2024* [Tesis de pregrado, Universidad La Salle]. https://repositorio.ulasalle.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12953/236/2.D.MARTINEZ-Tesis%20final%20%281%29.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Masabanda Altamirano, M. E. (2024). *Plan de aprovisionamiento y montaje de catering externo.* [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Ecuador]. https://repositorio.puce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/9e058a79-ff66-47b4-85cb-0ecf8a4b4d66/content

Ministerio de turismo. (2018). *Reglamento de alimentos y bebidas.* https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/2018-053.pdf

Moromenacho Chacha, A. R. (2023). *Proyecto de factibilidad para la creación de una microempresa de catering y eventos en el cantón Rumiñahui, provincia de Pichincha, año 2022* [Tesis de pregrado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo]. http://dspace.espoch.edu.ec/handle/123456789/22435

Ochoa Maigua, E. K. (2024). *Planta turística oferta alimentos y bebidas del Cantón Pujilí* [Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Cotopaxi]. https://repositorio.utc.edu.ec/server/api/core/bitstreams/63c641c7-0535-4193-89ad-726da6b4eda7/content

Ortega, F. (2021). *¿Qué es un servicio de catering?* Recuperado de: https://ingenieriademenu.com/que-es-un-servicio-de-catering/

Paguay, A. (2022). *Proyecto de Factibilidad para la creación de una empresa de bloques a base de plástico triturado en la Ciudad del Puyo Provincia de Pastaza para el año 2022* (Tesis de pregrado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo). http://dspace.espoch.edu.ec/bitstream/123456789/16328/1/22T0785.pdf

Pérez, A. (2021). Las 5 fases en la gestión de proyectos. *OBS Business.School.* https://www.obsbusiness.school/blog/cuales-son-las-etapas-de-un-proyecto-te-lo-contamos-en-esta-infografia

Quinde Cedeño, H. S. (2025). *Factibilidad de un pabellón educativo utilizando paneles prefabricados en Cdla. Santa Paula-Salinas* [Tesis de pregrado, Universidad Estatal Península de Santa Elena]. https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/13135/1/UPSE-MIC-2025-0003.pdf

Quiroa, M. (04 de julio de 2020). *Estudio de factibilidad*. Recuperado de: https://economipedia.com/definiciones/estudio-de-factibilidad.html

Remache Guamán, G. J., & Vera Marcillo, W. L. (2023). *Plan de mejoramiento integral para la optimización de los recursos en la empresa Chef de Cuisine la Quinta en el cantón*

Guaranda, provincia Bolívar, período 2023-2027 [Tesis de pregrado, Universidad Estatal de Bolívar]. https://dspace.ueb.edu.ec/server/api/core/bitstreams/993265da-f178-40a9-be95-1cceb3d921b3/content

Sarango Vivanco, J. A., & Velecela Sarmiento, E. J. (2024). *Desarrollo de un modelo de gestión para servicio de catering. Caso de estudio Facultad de Hospitalidad – Universidad de Cuenca* [Tesis de pregrado, Universidad de Cuenca]. https://rest-dspace.ucuenca.edu.ec/server/api/core/bitstreams/9580129c-8a38-411f-a7bd-ed4843e7aa74/content

Sullca Tapia, P. (2022). Habilidades gerenciales, proyectos de inversión y desempeño laboral en trabajadores en una municipalidad de Lima. *Científica Multidisciplinar, 6*(3), 1234-1251. DOI: https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i3.2243

Torres Díaz, P. (2021). *Instrumentos financieros básicos. Guía práctica, apuntes de clase y casos.* Ediciones de la U.

Valencia, W. A., Marín Chávez, O. C., & Lara Carhuancho, M. G. (2020). Proyectos de inversión: definición desde la perspectiva del proceso. *Cuadernos de Administración (Universidad del Valle)*, *36*(66), 161-171.https://doi.org/10.25100/cdea.v36i66.7221

Varela Luque, A. (2024). *Manual para la organización de eventos corporativos en la Clínica Mederi de Bogotá Administrado por Sodexo.* [Tesis de pregrado, Politécnico Grancolombiano]. https://alejandria.poligran.edu.co/handle/10823/7517

Velastegui Nagua, J. F. (2016). *Modelo de gestión comercial para la empresa de Catering Service Patty, en la provincia de Napo ciudad de Tena en el periodo 2014* [Tesis de pregrado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo]. http://dspace.espoch.edu.ec/bitstream/123456789/13341/1/102T0156.pdf

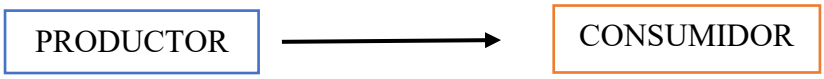
ANEXO A: PRODUCTO FINAL

Desde una perspectiva social y económica, en el sector sur de Quito hay la necesidad de establecer una empresa dedicada a prestar los servicios de catering orientada tanto a satisfacer la de manda de usuarios como a la generación de ganancias económicas y de beneficios colectivos para empleados y proveedores ofreciendo así a los consumidores productos y servicios de calidad.

Después de realizar la investigación bibliográfica referente a la creación de la microempresa de SERVIEVENTOS ARCOS en el sur del DMQ se determinó que la microempresa se desarrollará con la finalidad de ofertar un producto de alta calidad a disposición del consumidor, en el cual se manejará el efectivo y redes de abastecimiento garantizando la entrega de lo solicitado de manera correcta y con las condiciones adecuadas para llevar a cabo el servicio, mismo que presenta el siguiente logo de identificación:



La creación de la microempresa de SERVIEVENTOS ARCOS no solicitará intermediarios para llevar a cabo el servicio de catering, por lo cual se realizará un canal de distribución directa por parte del catering al consumidor final como se muestra a continuación:



La empresa brindará un servicio de catering de alta calidad con un enfoque en eventos de tipo social como por ejemplo: reuniones de negocios, bautizos matrimonios, cumpleaños

entre otros. El servicio se adaptará a las necesidades requeridas por el cliente considerando sus preferencias, por lo cual el catering contará con los siguientes servicios: alimentación. atención de anfitriones, menaje y decoración.

La identidad de la microempresa de catering SERVIEVENTOS ARCOS, junto con su propósito y principios se fundamentan de la siguiente manera:

Misión: Proporcionar un servicio de catering adaptado a las necesidades específicas de los clientes, lo que representa una ventaja competitiva frente a los establecimientos del sur del DMQ que oferten el servicio de catering.

Visión: Ser reconocidos como la mejor opción de catering pues SERVIEVENTOS ARCOS se destaca por la innovación, calidad y servicio personalizado, ofreciendo experiencias gastronómicas únicas que superen las expectativas de los clientes y contribuyan al éxito de cada evento.

Los valores de la microempresa de catering SERVIEVENTOS ARCOS se enfocan en los siguientes aspectos:



Después de realizar el estudio de mercado se concluyó que, dentro de los servicios que ofrecerá SERVIEVENTOS ARCOS están:

SERVICIO DE CATERING	
Evento social: Consta de un plato fuerte (bocaditos) ya que es brindado en compromisos sociales como son los cumpleaños, baby shower, fiestas.	
Evento Corporativo: Conformados por bocaditos, ya que este tipo de evento son dirigidos a conferencias, reuniones de trabajo, show room.	
SERVICIO DE DECORACIÓN	
Decoración romántica: Estilo formal, exclusión de colores fuertes, pero muy elegantes.	
Decoración ecléctica: Es una fusión de tradición y modernidad, debido a esto el ambiente debe ser divertido.	
Decoración clásica: Estilo clásico, elegante y de etiqueta, el lugar tiene que ser de calidad.	

Una de las principales características de la microempresa de catering SERVIEVENTOS ARCOS es brindar el servicio de catering ya sea en el local o en el lugar que el cliente decida, siempre considerando el número de meseros, quienes estarán altamente capacitados, garantizando un servicio de catering de excelencia dependiendo de lo requerido por el cliente y del número de invitados, siempre considerando la comodidad de los invitados y el mejor trato hacia los usuarios.

Por otro lado, para la elaboración del menú conforme a lo requerido por el cliente se contará con los respectivos procesos de elaboración considerando tanto los protocolos de seguridad y control de insumos como las regulaciones sanitarias, cumpliendo con los permisos sanitarios y legales; dicho menú se elaborará el día de la celebración del evento empleando la materia prima que se ajuste al presupuesto siempre manteniendo la calidad por lo cual el repertorio de comida será elaborado por el personal calificado y certificado.

La recopilación de la información numérica mediante entrevistas dirigidas a 101 personas y empleando la estadística descriptiva demostró que el precio del servicio de catering tendrá un valor de $7.00 a $11.00 por persona.

Por otra parte, después de realizar el estudio financiero se verificó que el periodo de recuperación de la inversión realizada es de tres años y siete meses (43 meses) por lo tanto se considera que es factible llevar a cabo el proyecto de implementar el catering SERVIEVENTOS ARCOS, pues es rentable desde el punto de vista económico – financiero.

Gracias al cálculo de la (B/C) se obtuvo un valor de $1.13 lo que significa que por cada dólar invertido se gana trece centavos, por lo tanto el proyecto de creación de la microempresa de catering SERVIEVENTOS ARCOS es factible.

ANEXO B: FORMATO DE ENCUESTA

FORMATO DE ENCUESTA A LOS HABITANTES

Objetivo: Conocerlas particularidades, necesidades actuales y el comportamiento de las personas mediante un estudio de mercado para la creación de una microempresa de Catering y desarrollo de eventos.

Instrucciones: Leer detenidamente cada pregunta y responder o señalar la opción de su preferencia.

CUESTIONARIO

1. -Sexo **F** ☐ **M** ☐

2. ¿En qué rango de edad se encuentra?

- 20 a 25 años
- 26 a 30 años
- 31 a 35 años
- 36 a más

3. ¿Cuáles son los ingresos mensuales?

- 450 a 500
- 500 a 600
- 600 a 700
- 700 a más

Considerando que un servicio de Catering y Eventos es: ofrecer un servicio profesional, especializado en la organización de eventos especiales, así como la preparación de todo tipo de alimentos para diversas personas que requieran del mismo.

4. ¿Usted ha utilizado este servicio?

- Si
- No

5. ¿Estaría dispuesto adquirir un servicio de catering para algún evento de su entorno social o familiar?

- Si
- No
- Talvez

6. ¿En qué tipo de evento utilizará el servicio de Catering?

- Bautizo/Primera comunión/ Confirmación
- Quince años/Cumpleaños/Baby shower
- Bodas
- Graduación
- Reuniones Familiares
- Reuniones de trabajo

11. ¿Qué factores considera relevantes al momento de contratar un servicio de catering?

- Calidad
- Variedad de menú
- Precios
- Promociones

12. ¿Qué tipo de comida prefiere en sus eventos especiales?

- Comida Típica
- Comida Costeña
- Comida Gourmet

13. ¿Cuánto estaría dispuesto a cancelar por el servicio de catering? (por persona)

- $7,00 – $11,00
- $12,00 - $15,00
- $16,00 - $19,00

14. ¿Qué tipo de comida preferiría en un servicio de catering

- Nacional
- Internacional
- Fusión
- Saludable
- Vegana/Vegetariana

15. ¿Cuál formato de servicio de catering le parece más adecuado?

- Buffer
- Menú servido
- Box lunch
- Otros: _____

CERTIFICADO DE ORIGINALIDAD

TESA

La Dirección de Titulación, certifica que el trabajo final presentado por **LIDIOMA LUTUALA BERTHA VERONICA**, ha sido sometido a un análisis de similitud mediante la herramienta Turnitin.

El resultado obtenido refleja un **10%** de similitud, porcentaje que se encuentra dentro de los parámetros establecidos por el Instituto Superior Tecnológico San Antonio – TESA, cumpliendo con los criterios de originalidad y autenticidad académica exigidos.

Quito,30 de mayo del 2025

DIRECCIÓN TITULACIÓN

Pablo Heredia