



**Pontificia Universidad Católica del Ecuador**  
**Sede Ibarra**

ESCUELA DE GESTIÓN EN EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS  
“GESTURH”

INFORME FINAL DEL PROYECTO

**TEMA:**

PROPUESTA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL SERVICIO DE CATERING PARA LA  
CAFETERÍA Y HELADERÍA VICTORIA UBICADA EN LA CIUDAD DE IBARRA

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN HOTELERA

**LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN:**

G.15 GESTIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS Y GASTRONÓMICOS

**AUTORA:** Evelyn Salome Navarrete Murgueytio

**ASESORA:** Msc. Gloria María Daza Navarrete

IBARRA, ABRIL– 2019

Ibarra, Abril de 2019

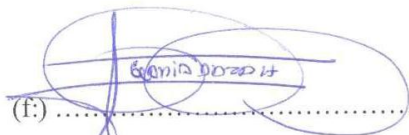
Mgs.

Gloria María del Carmen Daza Navarrete

ASESORA

**CERTIFICA:**

Haber revisado el presente informe final de investigación, el mismo que se ajusta a las normas vigentes en la Escuela de Gestión de Empresas Turísticas y Hoteleras (GESTURH), de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCESI); en consecuencia, autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.

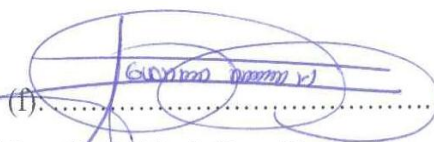


Mgs. Gloria María Daza Navarrete

C.C.: 1001349750

## PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

El jurado examinador, aprueba el presente informe de investigación en nombre de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCESI):

(f): 

Mgs. Gloria María Daza Navarrete

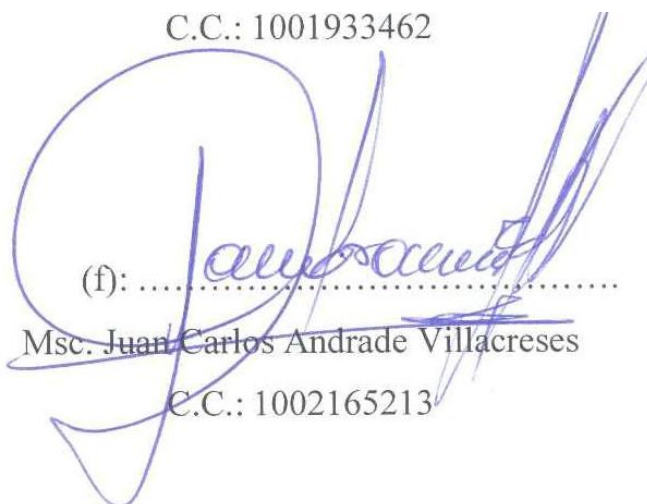
C.C: 1001349750

(f): 

Msc. Esteban Gonzalo Rubio Rueda

C.C.: 1001933462

C.C.: 1001933462

(f): 

Msc. Juan Carlos Andrade Villacreses

C.C.: 1002165213

## ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS

Yo Evelyn Salome Navarrete Murgueytio, declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 165 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, que manifiesta textualmente: “Se reconoce facultad de los autores y demás titulares de derechos de disponer de sus derechos o autorizar las utilidades de sus obras o prestaciones, a título gratuito u oneroso, según las condiciones que determinen. Esta facultad podrá ejercerse mediante licencias libres, abiertas y otros modelos alternativos de licenciamiento o la renuncia”.

Ibarra, Abril de 2019

f): .....

Evelyn Salomé Navarrete Murgueytio

C.C.: 1003142310

## AUTORÍA

Yo, Evelyn Salomé Navarrete Murgueytio, portador de la cédula de ciudadanía N° 1003142310, declaro que la presente investigación es de total responsabilidad del autor, y eximo expresamente a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra de posibles reclamos o acciones legales.

f):  .....

Evelyn Salomé Navarrete Murgueytio

C.C.: 1003142310

## **DEDICATORIA**

Dedico este título profesional a mi hija querida Leah Amelie, quien desde su llegada cambió mi vida completamente, por quien cada día me levanto para darle el mejor ejemplo y sobre todo por quien me esforcé día, tarde y noche para conseguirlo, gracias preciosa por hacer de mí una mejor persona, sin duda eres lo mejor que me pudo pasar y al mismo tiempo dedico este título a esta pequeña vida que crece aun en mi vientre, Raphael hermoso. Hoy obtendré mi título universitario pero mi más grande e importante título es que soy madre, su madre pequeños míos les amo.

A la vez dedico todo este esfuerzo a mis padres Yuri Navarrete y Sandra Murgueytio, gracias por darme la oportunidad de estudiar y sobre todo por siempre creer en mí. Sé que esto es tan gratificante para ustedes como padres. Les amo.

*Evelyn Salome*

## **AGRADECIMIENTO**

Primero quiero agradecer a Dios porque me permite vivir a diario nuevas cosas, porque sin duda el tiempo de Él es perfecto y porque sin Él nada seríamos.

Segundo agradezco a mis padres por darme la educación, a mi esposo ya que siempre estuvo alentándome cuando sentía no poder. Y sobre todo quiero agradecer a mi Madre, ya que fue ella quien cuidó de mi hija mientras yo me encontraba en la universidad. Gracias mamita por todo lo que haces por mí a diario Gracias porque a lo largo de mi vida estudiantil estuviste despierta conmigo hasta el último y siempre diciéndome esas palabras exactas que necesitada te amo te amo demasiado.

Agradezco también a todos mis profesores de la GESTURH quienes han impartido sus conocimientos a lo largo de mi carrera universitaria. A mi querida asesora Glorita Daza, quien siempre ha estado pendiente de mí y de mis estudios a lo largo de mi carrera.

*Evelyn Salome*

## ÍNDICE DE CONTENIDO

PORTADA.....	i
CERTIFICACIÓN DEL ASESOR.....	ii
PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL.....	iii
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS .....	iv
AUTORÍA .....	v
DEDICATORIA .....	vi
AGRADECIMIENTO .....	vii
ÍNDICE DE CONTENIDO .....	viii
ÍNDICE DE TABLAS .....	xi
INDICE DE FIGURAS .....	xii
1. RESUMEN Y PALABRAS CLAVE .....	xiv
2. ABSTRACT .....	xv
3. INTRODUCCIÓN .....	xvi
Objetivo General.....	xvii
Objetivos específicos .....	xvii
Preguntas de investigación .....	xvii
Variables.....	xvii
Variable independiente .....	xvii
Variable dependiente .....	xviii
4. ESTADO DEL ARTE .....	19
a. Introducción al servicio de alimentos y bebidas.....	23
b. Clasificación de restaurantes .....	24
i. Fast food.....	25
ii. Take away food o Comida para llevar .....	25
iii. DrugStore .....	26
iv. Vending .....	26
c. Tipos de servicios .....	27
i. Servicio tipo americano.....	27

ii.	Servicio a la Rusa .....	27
iii.	Servicio a la Inglesa .....	28
iv.	Servicio a la Francesa.....	29
v.	Servicio Room Services .....	29
vi.	Autoservicio .....	29
vii.	Servicio de catering.....	30
d.	Empresa .....	35
i.	Empresa turística .....	36
ii.	Administración .....	36
e.	Área operativa de la empresa.....	41
i.	Infraestructura .....	41
ii.	Equipo de cocina .....	42
iii.	Mobiliario.....	42
iv.	Recetas estándar .....	43
v.	Flujograma .....	43
vi.	Documentación.....	44
5.	MATERIALES Y MÉTODOS.....	45
a.	Identificación del servicio .....	45
b.	Población y muestra.....	46
i.	Tipo de segmentación.....	46
ii.	Mercado meta .....	46
c.	Determinación de la muestra .....	46
d.	Instrumentos .....	47
i.	Encuesta .....	47
ii.	Entrevista.....	47
e.	Procedimiento .....	48
f.	Análisis de datos.....	48
6.	RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	49
a.	Resultados de la encuesta .....	49
b.	Resultados de la entrevista .....	58

c.	Discusión .....	61
i.	Titulo .....	61
ii.	Macro-localización .....	61
iii.	Micro-localización .....	62
iv.	Introducción .....	63
v.	Objetivos .....	63
vi.	Propuesta administrativa .....	64
vii.	Propuesta Operativa .....	80
viii.	Elementos de promoción .....	108
7.	CONCLUSIONES .....	114
8.	RECOMENDACIONES.....	115
9.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	116
10.	ANEXOS .....	118

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Manual de funciones Gerente .....	67
Tabla 2: Manual de funciones Jefe de cocina .....	68
Tabla 3: Manual de funciones ayudante de cocina .....	69
Tabla 4: Manual de funciones Mananger de servicio .....	70
Tabla 5: Manual de funciones Mesero.....	71
Tabla 6: Manual de funciones Contador.....	72
Tabla 7: Presupuesto de ampliación de cocina .....	83
Tabla 8: Equipo de cocina .....	85
Tabla 9: Precio de equipo de cocina .....	85
Tabla 10: Equipo batería de cocina.....	89
Tabla 11: Precio de equipo batería de cocina .....	89
Tabla 12: Inversión total de la propuesta.....	90

## INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Frecuencia de visita	50
Figura 2: Existencia del establecimiento	51
Figura 3: Realización de evento	52
Figura 4: Servicio de Catering	53
Figura 5: Preferencia	54
Figura 6: Características del servicio	55
Figura 7: Razón para contratar servicio de catering	56
Figura 8: Cantidad de dinero	57
Figura 9: Mapa Ecuador	61
Figura 10: Mapa Imbabura - Ecuador	62
Figura 11: Ubicación geográfica Cafetería Heladería Victoria, Ibarra	62
Figura 12: Organigrama	66
Figura 13: Cuadro de procesos recepción y pedido del cliente	73
Figura 14: Cuadro de procesos elaboración y entrega de bocaditos	74
Figura 15: Cuadro de procesos Post venta	75
Figura 16: Hoja de pedido	76
Figura 17: Planning de eventos	77
Figura 18: Contrato de servicios de Catering 1	78
Figura 19: Contrato de servicio de Catering 2	79
Figura 20: Plano actual del establecimiento	81
Figura 21: Plano diseño de cocina implementación del servicio de catering	82
Figura 22: Receta Estándar 1	91
Figura 23: Receta Estándar 2	92
Figura 24: Receta Estándar 3	93
Figura 25: Receta Estándar 4	94
Figura 26: Receta Estándar 5	95
Figura 27: Receta Estándar 6	96
Figura 28: Receta Estándar 7	97
	xii

Figura 29: Receta Estándar 8	98
Figura 30: Receta Estándar 9	99
Figura 31: Receta Estándar 10	100
Figura 32: Receta Estándar 11	101
Figura 33: Receta Estándar 12	102
Figura 34: Receta Estándar 13	103
Figura 35: Receta Estándar 14	104
Figura 36: Receta Estándar 15	105
Figura 37: Receta Estándar 16	106
Figura 38: Receta Estándar 17	107
Figura 39: Logo	108
Figura 40: Díptico publicitario 1	109
Figura 41: Díptico publicitario 2	110
Figura 42: Catálogo de Oferta 1	111
Figura 43: Catálogo de Oferta 2	111
Figura 44: Catálogo de Oferta 3	112
Figura 45: Catálogo de Oferta 4	112
Figura 46: Catálogo de Oferta 5	113
Figura 47: Uniforme cocina	113
Figura 48: Fachada Cafetería Heladería Victoria	134
Figura 49: Interior de la Cafetería Heladería Victoria	134

## **1. RESUMEN Y PALABRAS CLAVE**

La presente investigación tiene como fin realizar una propuesta para la implementación del servicio de catering en la Cafetería y Heladería Victoria ubicada en la ciudad de Ibarra, el presente trabajo de investigación inicia con la recopilación de fuentes bibliográficas, se aplica los métodos de investigación, como el método descriptivo y cualitativo para ir de las generalidades a las particularidades de los fenómenos estudiados, así como también basándose en una investigación descriptiva para este fin. Para la recopilación de la información se aplicaron encuestas y una entrevista a la Gerente propietaria del local, dentro de los resultados obtenidos en las encuestas se puede observar que hay acogida a la presente propuesta, utilizando el método cuantitativo se recopiló datos que sirvieron para entender los problemas actuales y qué se debe cambiar a futuro, al incrementar el servicio de catering en la cafetería se ofertaría una alternativa más a la misma, ofreciendo un servicio eficiente y de calidad. El objetivo principal de la presente investigación es dar un aporte al negocio existente, y a su vez la misma sea llevada a cabo en todos sus niveles para alcanzar la meta de ser competitivos en un mercado saturado de servicios que no prestan lo necesario para ser diferenciados.

Frente a la oportunidad de negocio empezamos a utilizar la investigación visual como primera instancia para determinar procesos que se realizan sin control o dirección pertinentes. Además del método cualitativo, se pudo analizar información valiosa otorgada de los clientes de la Cafetería y Heladería Victoria, así como también de la gerente, para entender que es lo que desea el cliente y como le gustaría recibir un servicio de calidad.

Una vez analizada la información recopilada, se logró resolver varias interrogantes como, cuál es la opinión de la clientela al enterarse del nuevo servicio de catering y cuantos de ese universo estarían dispuestos a ser parte del nuevo servicio, como resultado se puede concluir que la propuesta tuvo una buena acogida.

### **Palabras clave:**

Catering

Servicio

Servicios Gastronómicos

## 2. ABSTRACT

The present investigation has as purpose to realize a proposal for the implementation of the service of catering in the Coffee shop and Ice cream shop Victory located in the city of Ibarra, the present work of investigation begins with the compilation of bibliographical sources, the methods of investigation are applied, like the descriptive and qualitative method to go from the generalities to the particularities of the phenomena studied, as well as based on a descriptive investigation for this purpose. For the collection of the information, surveys and an interview were applied to the Manager who owns the premises, within the results obtained in the surveys it can be seen that there is acceptance of the present proposal, using the quantitative method, data was collected that served to understand the current problems and what should be changed in the future, by increasing the catering service in the cafeteria would offer an alternative to it, offering an efficient and quality service. The main objective of this research is to give a contribution to the existing business, and in turn it is carried out at all levels to achieve the goal of being competitive in a market saturated with services that do not provide what is necessary to be differentiated.

Faced with the business opportunity, we began to use visual investigation as the first instance to determine processes that are carried out without relevant control or direction. In addition to the qualitative method, it was possible to analyze valuable information provided by the customers of the Victoria Coffee Shop and Ice Cream Shop, as well as the manager, to understand what the client wants and how he would like to receive a quality service.

Once the information collected was analyzed, several questions were answered such as, what is the opinion of the clientele when learning about the new catering service and how many of that universe would be willing to be part of the new service, as a result it can be concluded that the proposal It had a good reception.

**Keywords:**

Catering

Service

Gastronomic Services

### 3. INTRODUCCIÓN

El sujeto de estudio de esta investigación, es la implementación del servicio de catering en la Cafetería Heladería Victoria, ubicada en la ciudad de Ibarra, provincia Imbabura, en la investigación pertinente se observa que tiene un gran potencial el incrementar este servicio de la elaboración de bocaditos tanto de sal como de azúcar.

La Cafetería Heladería Victoria, es una empresa familiar, creada por una joven pareja María José Villagrán y Tomás Montenegro, fue establecido en diciembre del año 2016, con el fin de dar un servicio personalizado y exquisito. La empresa desde su apertura tiene su domicilio en la calle Victoria Castellanos 2-40 e Ignacio Canelos, sector La Plaza Shopping Center, abre sus puertas de martes a viernes de 15h00 a 20h00 y sábados y domingos de 15h00 a 19h00; cuenta con dos empleados, uno de planta y otro exclusivamente fines de semana.

La propuesta tiene como objeto la implementación administrativa y operativa del servicio de catering para el establecimiento, dando un giro positivo, generando fuentes de empleo, aumento de la demanda, incremento de productos y servicios, los cuales llevarán al establecimiento a tener una buena organización, crecimiento empresarial, aumento de ingresos y llegar a ser una de las empresas líderes en el servicio de catering.

Para esta investigación se realizaron encuestas a los clientes del establecimiento y una entrevista a la propietaria del establecimiento, para tener un conocimiento de cómo está estructurado el establecimiento y el potencial que tiene, contiene una propuesta de implementación del servicio de catering para la Cafetería y Heladería Victoria, adicional recetas estándar de bocaditos de sal y dulce, finalmente se establecieron conclusiones y recomendaciones de la investigación de manera sistemática e indagando acerca de temáticas relativas al contenido del proyecto tanto de fuentes primarias como secundarias.

## **Objetivo General**

Elaborar una propuesta para la implementación del servicio de catering para la Cafetería y Heladería Victoria ubicada en la ciudad de Ibarra, con la finalidad de incrementar un servicio de calidad.

## **Objetivos específicos**

- Realizar la fundamentación bibliográfica del tema de servicio de catering.
- Diseñar una propuesta administrativa y operativa para la implementación del servicio de catering para el establecimiento de acuerdo a sus necesidades.

## **Preguntas de investigación**

- ¿Cuáles es el proceso desde que ingresa el cliente al establecimiento?
- ¿Cuál es el proceso para implementar el servicio de catering?
- ¿Cómo beneficiaría esta propuesta en el establecimiento?

## **Variables**

### **Variable independiente**

Para la siguiente investigación, se tomó en cuenta como variable independiente a la implementación de servicios, ya que es la causa de estudio, el cual le dará a la Cafetería y Heladería Victoria un servicio completo y mejorado, satisfaciendo las necesidades y sobrepasando las expectativas de su clientela.

### **Variable dependiente**

La variable dependiente para esta investigación, es el Catering, debido a que este es un tipo de servicio, el cual será utilizado en el establecimiento como pieza clave para incrementar la clientela y crecer como empresa.

#### 4. ESTADO DEL ARTE

La presente investigación se basó en algunas investigaciones previas de acuerdo al tema servicio de Catering y manejo de la administración hotelera, cabe recalcar que existen pocos artículos científicos e investigaciones para confrontar y aportar al tema.

Es relevante destacar la investigación realizada por Jessica Alexandra Robalino Vallejo, Ronald Mauricio Zurita Gallegos, Elsa Flor Ordóñez Bravo y Andrea Estefanía Fierro Ricaurte con el tema de investigación: La Planificación Estratégica en las empresas de Catering. Análisis de las barreras en el año 2018.

Factores que impiden realizar adecuadamente la planificación estratégica en empresas de catering.

Según el estudio realizado por Robinson & Pearce II (1984) citado por Stoney (2000), se hace mención a algunos de los factores que impiden realizar adecuadamente la planificación estratégica, dando a conocer que el identificar estos factores en las empresas es un primer paso para poder minimizar su efecto:

Tiempo. - Los administradores reportan que su tiempo es escaso y es difícil asignar a la planificación debido a los continuos problemas que día a día deben enfrentar.

La puesta en marcha. - Los propietarios / directivos de las pequeñas empresas tienen un mínimo conocimiento del proceso de planificación, pues no están seguros de los componentes del proceso y su secuencia, ni están familiarizados con muchas fuentes de información de planificación y la forma en que deberían utilizar.

Amplia experiencia. - Los gerentes de pequeñas empresas comúnmente son generalistas, y a menudo carecen de ciertos conocimientos especializados necesarios en el proceso de planificación.

La falta de confianza y apertura. - Los propietarios / directivos de las pequeñas empresas son muy sensibles y protegen su negocio y las decisiones que pueda afectarles.

En consecuencia, son reacios a compartir su planificación estratégica con los empleados o consultores. (Fierro, Robalino, Zurita, & Ordoñez, 2018)

Según el estudio realizado los factores más amenazantes resumidos son tiempo, toma de decisiones, la experiencia y la falta de confianza y apertura al cambio.

Todos ellos afectan sobre todo a pequeñas y medianas empresas las cuales no disponen de un equipo de trabajo consolidado con el cual discutir temas importantes y a futuro. Se debe tomar en cuenta que para el correcto y mejor funcionamiento de la Heladería y Cafetería Victoria debemos repartir tiempo para mantener reuniones consecutivas mensuales o semanales dependiendo la prioridad de la información para el equipo de trabajo.

La toma de decisiones debe ser por parte de líderes y dueños del negocio aprovechando las ocasiones pertinentes siempre yendo de la mano de la congruencia de los actos con el fin financiero del mismo. Mantener la confianza en el equipo de trabajo y no tener miedo a cambios inesperados, nuevas imágenes, productos nuevos, promociones y otros factores que pueden ser un riesgo o una oportunidad para mejorar siempre.

Otro tema de investigación es: Proposal of a Procedure to analyze the faults in a Service of Catering Lodge, que en español se traduce como, "Propuesta de un Procedimiento para analizar las fallas en el Servicio de Alojamiento Hotelero", escrito por Mahé González Arias, Roberto Argelio Frías Jiménez y Olga Gómez Figueroa.

Manifiesta la importancia de la fidelización de clientes por medio de la voz del cliente, la cual se explica en fases a seguir a continuación.

La "voz del cliente" es el término que se usa para describir las necesidades, deseos o requerimientos sin especificar que poseen los clientes. Es una herramienta que sirve para alinear todas las actividades de la organización hacia la satisfacción de las necesidades y expectativas de los clientes. Con ella se busca mejorar la coordinación interna, reducir

los procesos ineficientes y aumentar la rentabilidad y la fidelización de los clientes. Existen distintos niveles para “escuchar” la Voz del Cliente (VOC) y utilizarlo como instrumento de información para la empresa.

a) Nivel: Constituyen los enfoques cuantitativos. Incluye encuestas de valoración, donde se pide al cliente que valore el servicio con una escala que vaya de muy malo a bueno.

b) II Nivel: Lo constituyen enfoques cualitativos. Se recoge información del cliente en forma de comentarios, sugerencias, quejas. La información que utiliza la empresa en estos dos primeros niveles es de tipo reactiva, pues la empresa reacciona ante la insatisfacción del cliente, expresada a través de quejas y reclamaciones.

c) III Nivel: Se emplean técnicas de investigación cualitativa, como encuestas, grupos focales, entrevistas, etc.

d) IV Nivel: Consiste en la información de las operaciones; es decir, en la utilización del conocimiento existente dentro de la empresa por el personal en contacto con el cliente en los “momentos de la verdad” de la prestación del servicio. La información que se utiliza en estos dos niveles es de tipo activa pues se caracteriza por la búsqueda sistemática de la satisfacción del cliente, para lo cual es necesario contar con instrumentos de medición del grado de satisfacción de los clientes.

e) V Nivel: Implica al cliente en cuestiones estratégicas, como es el proceso de desarrollo de productos y servicios, la definición de mercados. En todos los niveles se utiliza además información de tipo proactiva, ya que se busca la lealtad o fidelidad de los clientes. (Frías, Gómez, & González, 2014)

La voz del cliente es indispensable ya que se puede controlar de manera cuantitativa y cualitativa lo que necesita el cliente para mantenerlo satisfecho siempre, aprender de las necesidades de la clientela y saber cuáles son las expectativas presentes y a futuro de los productos que ofrecemos o podríamos ofrecer.

Según los niveles de la voz del cliente se podría obtener un muestreo contable de lo satisfecho que estuvo el cliente, los comentarios que pueden dejar para poder mejorar servicio y productos,

podemos entrevistar a clientes para obtener criterios formados sobre lo que fue la experiencia personal de un cliente; podríamos obtener comentarios previos al lanzamiento de un nuevo producto e incluso ideas para productos novedosos que sacien la necesidad de los clientes sabiendo con anticipación que serían un éxito, utilizando bases estadísticas.

Por ello es tan importante el artículo de investigación y su aplicación sería muy dinámica en la Heladería y Cafetería Victoria de la ciudad de Ibarra, en donde los clientes siempre buscan cosas nuevas para probar y que los traten de la mejor manera siempre.

Y el último tema de investigación: Los Métodos Cuantitativos en la mejora de los Procesos del Catering de Odalys Falcón-Acosta, Maritza Petersson-Roldán, Sonia Benavides-García e Ileana Sarmenteros-Bon.

Se da a conocer en el artículo dos tablas explicativas de cómo mejorar profundamente problemas, además de mejorar procesos y tiempos de respuesta a todas las funciones de cada área.

Para entender mejor el estudio realizado por la Universidad se podría resumir la tabla uno en una propuesta sin fin de mejoras para todos los procesos a realizarse, en la primera fase, se identifica lo que ya se está haciendo dentro de la empresa como proceso consecutivo, la fase dos identifica todos los pasos a seguir y los divide dando tiempo de recepción y respuesta a cada uno, dando la suma total de tiempo de cada proceso y al mismo tiempo separándolo para saber que paso fue el que más nos costó y cuál fue el que menos, y para finalizar la fase tres ya con todos los datos recopilados muestra pasos a mejorar cada proceso por separado para obtener un mejor resultado total bajando costos, tiempo y recursos mejorando siempre la productividad del servicio y los productos finales. Y para resumir la tabla número dos, podemos ver en porcentajes los procesos que se manifiestan como problemas a resolver, una incidencia en la que podemos verificar cual fue la carga operativa más grande, para a futuro trabajar en esos indicadores y mejorarlos. (Falcón, Petersson, Benavides, & Sarmenteros, 2015)

El estudio realizado es muy interesante y su aplicación práctica aplica a todas las funciones a realizarse dentro de una empresa, en este caso para ser específicos para la Heladería y Cafetería Victoria nos ayudaría a implementar y medir las funciones operacionales tanto para el local comercial como para todos los trabajos a implementarse a gran escala como empresa de catering en la ciudad de Ibarra.

#### **a. Introducción al servicio de alimentos y bebidas**

El servicio es la actividad o conjunto de actividades intangibles, generadas por y con el objeto de satisfacer un deseo o necesidad de un cliente o de un usuario. Producto es un bien que se puede tocar, ver y trasportar, tangible, que satisface las necesidades del cliente.

Cliente es un ser indescifrable, comprensible que generalmente sabe lo que quiere y necesita, que cambia permanentemente y que se manifiesta de muchas maneras.

Hoy en día se puede decir que la gastronomía se ha convertido en uno de los pilares más importantes de la vida cotidiana. Si se entiende por gastronomía todo aquello que hace referencia al servicio de comidas y bebidas.

Es indispensable diferenciar entre los distintos tipos de servicio que existen en relación con la fórmula de restauración en cuestión. Así pues, resulta evidente decir que el trato al cliente no será el mismo en un establecimiento de comida rápida, en un hotel de lujo o en buffet libre.

Por ello, la labor será, en adelante, saber diferenciar los tipos de servicio y actuar en consecuencia con cada uno de ellos en las diferentes situaciones que se presenten en el trabajo, para poder ofrecer un trato correcto al cliente y conseguir un servicio satisfactorio. (Mesas, 2012, p. 11)

El arte del servicio en Alimentos y Bebidas, requiere de precisión y buen gusto. Es un trabajo arduo que necesita de profesionales para tener como resultado un servicio de calidad. El alojamiento y la alimentación son servicios integrales para el turista.

El desarrollo de servicio depende de la utilización de varias técnicas, las mismas que deben ser aplicadas de manera obligatoria para obtener un servicio de calidad, entre ellas se puede mencionar las siguientes:

- Planificación
- Acogida
- Prestación de la oferta
- Seguimiento
- Despedida
- Evaluación

La planificación conjuntamente con la acogida, son uno de los pasos más importantes en el desarrollo del servicio, ya que, una buena organización y planeación de las actividades a realizar, se ven reflejadas en el desarrollo del mismo.

Brindar una excelente acogida a los clientes, es el punto clave y el determinante del éxito de un buen servicio.

#### **b. Clasificación de restaurantes**

Los restaurantes poseen una gran clasificación, a continuación, se analizará la clasificación, según su tipo, sin embargo, sigue siendo amplia, para ello se ha escogido a uno de los autores más acertados, Vaquero Juliana que manifiesta lo siguiente:

### **i. Fast food**

Entre la clasificación de restaurantes, según su tipo, se encuentra el fast food o conocido como restaurante de comida rápida, este tipo de establecimiento se dedica a la elaboración de alimentos de manera rápida y espontánea.

Estos restaurantes son los más populares, hoy día debido a las características de la sociedad, el mercado laboral y las estructuras familiares cambiantes. Estos restaurantes ofrecen un servicio de comida rápida, esto quiere decir que la elaboración de los alimentos es rápida y sencilla se basa en fritos, asados y parrilla. En este tipo de restaurantes prima la rapidez, de ahí que todas sus instalaciones, equipos, mobiliario, maquinaria, etc., estén diseñadas para realizar el servicio lo más rápido posible. También la oferta sigue el objetivo de la rapidez, ya que la oferta no es demasiado variada, ofreciendo alrededor de 4 o 5 alimentos base y complementado diversos acompañamientos. (Vaquero, 2013, p. 129-131).

El tipo de restaurante fast food, es muy común en la sociedad, específicamente en el lugar estudiado, que es la ciudad de Ibarra, generalmente este tipo de establecimiento por su facilidad de instalación a comparación de otro tipo de restaurantes, ha generado la creación de abundantes establecimientos, incumpliendo varias normas que exige el cliente.

### **ii. Take away food o Comida para llevar**

El tipo de restaurante Take away food, no es muy usual, o no se lo conoce con ese nombre, acerca del mismo se dice que “Tiene como única función la de realizar comida para llevar. Están muy ligados a las empresas de comidas rápidas destacan en los servicios de comida para llevar” (Vaquero, 2013, p. 129-131). En el lugar estudiado, la comida para llevar viene a ser un servicio agregado que tiene cada restaurante, mas no una clasificación del mismo, sin embargo, en la actualidad este tipo de restaurantes que ofrecen solo comida para llevar han surgido como una nueva idea que está teniendo mucho éxito.

### **iii. DrugStore**

El tipo de restaurante DrugStore, enfoca su idea y originalidad en los servicios complementarios que puede ofrecer el establecimiento, de este tipo de restaurante se dice que:

Estos restaurantes, además de ofrecer servicio de comida y bebida, ofrecen servicios variados dentro del propio establecimiento como pueden ser, libros, regalos, etc. Suelen ubicarse en zonas de paso o vías de circulación como autopistas. Tienen un amplio horario de 24 horas al día. Un ejemplo de ello son los Vips (Vaquero, 2013, p. 129-131)

De igual manera el tipo de restaurante DrugStore, no es conocido de esa manera en el lugar de estudio, pese a que, si existen restaurantes que ofrecen servicios agregados a los clientes que hacen su estadía más amena, no se encuentran ubicados específicamente en autopistas, sino en el centro de la ciudad.

### **iv. Vending**

El tipo de restaurante vending, se enfoca principalmente en ser un servicio de complementación, o un procedimiento que aplican algunos restaurantes. De este tema se ha encontrado lo siguiente:

Sistema que mediante máquinas automáticas y por la introducción de fichas, dinero o tarjetas se puede obtener diferentes productos para consumirlos en cualquier lugar. Es un servicio complementario y permite tener cubierta la demanda de lugares donde resulta imposible, bien por el espacio o bien por el horario, establecer un restaurante. (Vaquero, 2013, p. 129-131)

Como lo menciona el autor, vending, viene a ser un sistema o servicio automático, el mismo que existe en varios lugares del lugar estudiado, este sistema es innovador y necesario en lugares de alta demanda.

Estos son la clasificación de tipos de restaurantes más conocidos y utilizados en el Ecuador. Internacionalmente existen otros que varían según su servicio y beneficio.

### **c. Tipos de servicios**

De acuerdo a un evento, existen tipos de servicio, los cuales darán la diferencia. Este varía de acuerdo a su menú, establecimiento, número de comensales, logística, organización e importancia del evento.

Sánchez Lafuente, según su clasificación de los tipos de servicios dice que:

#### **i. Servicio tipo americano**

Entre los diferentes tipos de servicio, se encuentra el servicio americano, uno de los más comunes en la actualidad, acerca del mismo se ha encontrado lo siguiente:

Es el más sencillo de todos y que más se utiliza hoy en día. Los manjares a servir son emplatados en la cocina individualmente y cubiertos con campana en el caso de ser preparaciones calientes. El personal de sala sólo tendrá que pasar el plato al comensal, siempre por la derecha. (Sanchez, 2011, p. 60)

El servicio americano es utilizado en la mayoría de los restaurantes, ya sea por su facilidad, comodidad hacia el cliente o simplemente porque ha ido trascendiendo de restaurante en restaurante. Es el servicio más sencillo, seguro y rápido de todos los servicios.

#### **ii. Servicio a la Rusa**

Continuando con los tipos de servicio, se encuentra el servicio a la rusa, el mismo que se enfoca en mostrar al cliente un poco del proceso de emplatado, acerca de este servicio se dice lo siguiente:

Para este tipo de servicio el personal de sala o brigada debe estar cualificado y contar con un jefe de rango y ayudante. El ayudante será el encargado de proporcionar a su superior (jefe de rango) los manjares desde cocina, ofrecidos en fuentes, legumbreras, soperas, etc.; además del menaje correspondiente como pueden ser platos fríos o calientes según la temperatura de servicio del manjar. Este tipo de servicio se caracteriza por la realización del trinchado de pequeñas o grandes piezas en el gueridón, así como de la limpieza o despiece. (Sanchez, 2011, p. 59)

El servicio a la rusa no es muy común en el lugar de estudio ya que es utilizado en un tipo de restaurante diferente, para este servicio se requiere de personal capacitado en ese servicio, pues se maneja un cierto protocolo importante a la hora de servir.

### **iii. Servicio a la Inglesa**

El tipo de servicio a la inglesa es similar al tipo de servicio americano, solo que con un importante cambio al momento de servir, el mismo que se lo detalla a continuación:

En este tipo de servicio los alimentos se presentan en un recipiente tipo legumbreras, soperas, fuentes, etc. El camarero o jefe de rango servirá el manjar siempre por la izquierda, ayudado con el menaje específico, del que se habrá dispuesto con anterioridad. (Sanchez, 2011, p. 57)

Se puede decir que el servicio a la inglesa es inusual dentro del lugar de estudio, este tipo de servicio se puede confundir con una ineficiente práctica en el servicio, la cual es servir por la izquierda, es por eso que este tipo de servicio se realiza en lugares con demanda consciente del servicio que van a recibir.

#### **iv. Servicio a la Francesa**

El planteamiento de trabajo es exactamente igual que el servicio a la inglesa con la única diferencia que es el cliente quien se sirve con la ayuda de las pinzas o material a emplear, y siempre por la izquierda del comensal. (Sanchez, 2011, p. 58)

Es importante en este servicio de cocer más comida de la se planea, pues el comensal tomara a su gusto.

#### **v. Servicio Room Services**

Otro servicio muy común, específicamente realizado en un establecimiento hotelero o de hospedaje es el room service, según Vaquero González, nos dice que:

El room service o servicio de comidas y bebidas en habitaciones, es el servicio que ofrecen los hoteles, algunos de forma obligatoria por su categoría y otros como valor añadido a sus servicios, a los clientes alojados. Los servicios ofrecidos son desayuno, almuerzo, cena y servicio de bebidas. (Vaquero, 2013, p. 145)

Este tipo de servicio es un servicio complementario que busca la comodidad y satisfacción del cliente, este servicio es utilizado en los hoteles de 4 estrellas y 5 estrellas, pues como dice Vaquero, es una forma obligatoria por su categoría.

#### **vi. Autoservicio**

El autoservicio es muy común encontrarlo en un tipo de restaurante específico, el mismo que permite al cliente ejercer la total al escoger sus alimentos, entre porción, tipo, sabores, etc. Además, Vaquero manifiesta que:

El autoservicio se utiliza para agilizar el servicio e incurrir en bajos costes de personal. Se utiliza en empresas, centros hospitalarios, residencias universitarias, etc. Consiste en tener mesas, islas, expositores, etc., en los que se colocan los alimentos y los enseres que se utilizan para ingerirlos, platos, cubiertos, servilletas, pinzas, etc. El autoservicio permite que el cliente se mueva por el salón y visualice lo que desea comer, servirse en platos o bandejas lo que ha elegido y trasladarlo hasta la mesa para su consumo. (Vaquero , 2013, p. 80)

De igual manera en el lugar de estudio, se conoce a este servicio como tipo buffet, en el cual el comensal sirve sus propios alimentos, de acuerdo a su gusto, esto genera vivir una experiencia diferente a cada uno de los clientes ya que ellos mismos construyen su propio servicio.

#### **vii. Servicio de catering**

El servicio de Catering, es un servicio que se desarrolla de manera individual, es decir que no tiene la necesidad de funcionar en un restaurante ya que su objetivo es servir los alimentos en el lugar que el cliente desee, acerca del servicio de catering se dice que:

Como todos los trabajos complejos, el diseño, montaje y posterior servicio de un catering debe hacerse de forma coordinada, organizada y muy bien controlada, ya que a lo complicado de muchas de las tareas que habrá que llevar a cabo se suma la cantidad de recursos que usualmente se ponen en juego. Además, habrá que tener en cuenta cómo sacarle el máximo rendimiento a todos y cada uno de dichos recursos. (Sesmero, 2011, p. 88)

El servicio de catering necesita de una buena administración, ya que es uno de los servicios más completos y exigentes dentro de la gastronomía, si es manejado de manera correcta, el servicio puede ser muy exitoso y convertirse en un gran generador de ingresos económicos.

Continuando con la investigación e el servicio de catering, Vaquero dice que las actividades: “van dirigidos a colectividades y son concertados con anterioridad, así como su precio, hora, número de comensales, menú, etc” (Vaquero, 2013, p. 45). Claramente el autor indica la importancia de la planificación dentro del servicio, un servicio de catering bien planificado, asegura el éxito total del servicio.

Por lo tanto, el servicio de Catering, es uno de los servicios más importantes y puntuales que maneja la industria Hotelera y Gastronómica, el mismo que debe ser manejado con experiencia y sobre todo con exactitud.

La palabra catering proviene del idioma inglés, del verbo to cater, que significa servir, atender. Su significado recoge también la actividad de proveer con un servicio contratado, especialmente de comida, a clientes en situaciones específicas (hospitales, residencias, comedores escolares, etc.) o eventos de diversos tipos (bodas, bautizos, comuniones, etc.). Aunque esta palabra no es perteneciente al idioma español, se encuentra hoy en día aceptada en nuestro lenguaje. La Real Academia Española de la lengua la define como:

Servicio de suministro de comidas y bebidas a aviones, trenes, colegios, etc.

El catering es el servicio que ofrece un determinado tipo de comida en eventos de diferentes características y en diversas situaciones como puede ser: comedores escolares, residencias, guarderías, hospitales, etc. Por tanto, es el servicio que supone la atención y el servicio de un conjunto de alimentos. Este conjunto de alimentos puede ofrecerse en las siguientes modalidades: Elaborados en cocinas centrales y transportadas al lugar de consumo. Elaboradas en cocinas in situ (en el mismo lugar de consumo).

Este servicio es contratado con anterioridad, para que puedan acordar los clientes y los profesionales la cantidad de alimentos, el tipo de alimentos a servir, el precio, etc. En la actualidad el catering debe satisfacer todos los sentidos: vista, olfato, gusto, oído y tacto, para obtener el éxito asegurado en el servicio. (Gámez, 2011, p. 13-14)

La finalidad del servicio de catering es brindar el servicio de preparación de alimentos en la localidad que el cliente desee, teniendo en cuenta todas las normas de calidad que el servicio exige, para ello se debe realizar un estudio profundo y una planificación para el desarrollo del mismo.

### **Funciones del servicio de catering**

El servicio de catering tiene varias funciones, pero la mayoría de autores coinciden en una sola función principal, la misma que se describe en el libro de la Teoría del Catering, sus autores Kinton, Cesarani y Foskett manifiestan que: “La función de la industria del catering es la de proporcionar alimentos, bebidas y alojamiento en cualquier momento del día o de la noche a personas de todas las edades, razas, creencias y de toda procedencia” (1995, p. 3). Un servicio tan complejo como es el servicio de catering, debe ser realizado con altos estándares de calidad y teniendo siempre en cuenta las necesidades del cliente.

### **Importancia del servicio de catering**

El servicio, de acuerdo con su complejidad tiene una gran importancia en el ámbito gastronómico y hotelero, la correcta administración de dicho servicio es la función fundamental de su éxito, a cerca de la importancia se ha encontrado lo siguiente:

Esta modalidad tiene que ver con contratar y/o brindar un servicio profesional de alimentos previamente elaborados (fríos y calientes) teniendo en cuenta la elección de lugares independientes o externos al centro de convenciones u hotel, refiriéndonos en este caso a universidades, salones, teatros, estancias, barcos y/u otras alternativas innovadoras.

Existen dos tipos de servicios de acuerdo a los destinatarios: catering para actos sociales y catering para colectividades. En esta ocasión se plantea el primero, que es el que se brinda en los eventos. Ni el organizador de reuniones, ni el gestor turístico, deciden el contenido del programa, objetivos e información del evento, por eso es muy

propicio que con anticipación conozcan esa información, para que la elección del lugar y el menú tengan un perfil coincidente con la identidad del evento y poder organizar el timing.

Será muy importante que sepan quiénes, cuántos, cómo asistirán, para qué se los convoca, obviamente dónde y cuándo será el encuentro: todo esto permitirá planificar y realizar con mayor seguridad, eficacia y eficiencia el trabajo. Del mismo modo recordamos que en la mayoría de los casos el evento gastronómico suele ser en sí mismo un evento dentro de otro mayor como pueden ser los congresos. Según los orígenes y procedencias de los asistentes, el catering representará un momento muy importante y trascendente dentro del evento. (Barrios, 2014, p. 90-91)

El autor manifiesta sobre la existencia de dos tipos de servicio, los cuales son catering para actos sociales y para colectividades, en este caso el lugar estudio ofrecerá los dos tipos de servicio, con la planificación necesaria.

Añadiendo al servicio de catering “El servicio de gastronomía complementa organización un evento y al mismo tiempo es uno de los pilares del éxito del mismo” (Barrios, 2014, p. 90-91). La gastronomía, conjuntamente con el servicio de catering, vienen a ser parte fundamental de un establecimiento de restauración.

Otro autor, que afirma que el servicio de Catering debe ser exacto en cuanto a su número de pax, como hora y menú. Lo cual es de gran importancia para una reservación, tener todo listo y a tiempo hace que este servicio este bien estructurado.

### **Clasificación del servicio de catering**

Algunos autores expresan que la clasificación del catering es:

- **Catering comercial**

El tipo de catering comercial, es uno de los tipos más usuales dentro de dicho servicio, es utilizado por corporaciones y el tipo de servicio que se ofrece es hacia las colectividades, acerca de este tipo se ha encontrado lo siguiente:

La gran variedad de hoteles y restaurantes puede apreciarse comparando el hotel espléndido de primera clase lujo con el pequeño hotel que es propiedad de una o rige. Con los restaurantes puede realizarse una comparación similar entre el restaurante exclusivo de clase superior y el pequeño establecimiento que únicamente sirve unos pocos almuerzos.

Los hoteles son residenciales y la mayoría de los mismos proporcionarán desayunos, almuerzos, té, cenas y snacks. En algunos hoteles, las conferencias y los banquetes serán una parte importante del negocio. Restaurantes hoteles, las conferencias y los banquetes serán una parte importante que otros variarán con la clase de comidas que servirán, Algunos servirán todo tipo de comidas mientras importante del servirán almuerzo y cena o almuerzo y té. De nuevo, los banquetes constituir una parte servicio del restaurante. En algunos casos se sirven tipos especiales de comidas, como sucede en restaurantes asadores o de especialidades, hecho que puede limitar los alimentos servidos, por ejemplo, se servirá bufet sueco o filetes. (Kinton, Cesarani, & Foskett, 1995, p. 4-5)

El autor destaca la diferencia entre los hoteles y restaurantes de clase superior con los de mediana clase, indica que el servicio de catering, cambia según su categoría, el lugar de estudio debe adaptarse según su categoría.

- **Catering social**

Entre los diferentes tipos de catering, el catering social se encuentra dirigido a eventos sociales de toda índole, a cerca de este tema se ha encontrado lo siguiente, “El objetivo principal del

catering social es reducir el costo mínimo a través de una eficacia máxima” (Kinton, Cesarani, & Foskett, 1995, p. 8-17). El servicio de catering social es el mas utilizado tanto en conferencias, reuniones y eventos varios, cumpliendo con el mismo objetivo de preparar y servir alimentos en el sitio del evento.

- **Catering para la industria**

El catering para la industria, o conocido como catering empresarial, se enfoca principalmente en brindar el servicio a eventos corporativos, de este tipo de catering se dice que “Son aquellas empresas que se dedican al catering empresarial, es decir, son empresas que entregan los alimentos listos para consumir a empresas que requieren de este” (Kinton, Cesarani, & Foskett, 1995, p. 8-17). Existen empresas que contratan este tipo de catering de manera permanente o de manera ocasional, sugun sean los requerimientos del cliente, la industria es un gran campo en el que puede actuar con éxito el mencionado servicio.

- **Catering para el transporte**

El tipo de catering para el transporte, es la preparación y el servicio de alimentos durante un viaje, generalmente en viajes largos, de este tipo de servicio se dice que “El servicio de catering es muy importante en medios de trasporte, pues son los que abastecen durante el viaje ya sea en ferrocarriles, aviones o barcos” (Kinton, Cesarani, & Foskett, 1995, p. 8-17). En el lugar de estudio, el catering para el transporte es utilizado generalmente en el transporte aereo y maritimo.

**d. Empresa**

Se considera empresa a las unidades de producción de bienes, encargados de combinar los recursos productivos para producir bienes y servicios con los que cubre las necesidades del consumidor.

## **i. Empresa turística**

La empresa turística cumple un gran papel en el marco legal del turismo, en nuestro país la ley que rige dicha actividad es la ley de turismo.

La ley de Turismo del Ecuador dice en el CAPITULO II, DE LAS ACTIVIDADES Y QUIENES LAS EJERCEN, ART.5:

Art. 5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a. Alojamiento;
- b. Servicio de alimentos y bebidas;
- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
- e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,
- f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables. (Ley de Turismo del Ecuador, 2014)

El documento que rige a la actividad turística, por ende, a los establecimientos gastronómicos y a los servicios que el mismo ofrece es la ley de turismo, es por eso que se ha tomado en cuenta algunos de los artículos que se relacionan con el servicio de catering.

## **ii. Administración**

La administración es la gestión de los procesos y de los recursos para cumplir un objetivo determinado, tras un estudio de varias definiciones de diferentes autores, Fernando Correa concluye que:

Administración: Es el proceso de diseñar y mantener un entorno en el que, trabajando en grupos, los individuos cumplan eficientemente objetivos específicos.

Esta definición básica debería ampliarse.

Cuando se desempeñan como administradores, los individuos deben ejercer las funciones administrativas de: planeación, organización, dirección y control.

La administración se aplica a todo tipo de organizaciones.

Se aplica a administradores de todos los niveles organizacionales. La intención de todos los administradores es la misma: generar un superávit.

La administración persigue la productividad, lo que implica la eficacia y la eficiencia.

(Correa, 2009, p. 6)

Administrar es el conjunto de procesos para llegar a un fin determinado, mediante el trabajo conjunto de colaboradores y directivos con el objeto de conseguir rentabilidad y posicionamiento en el mercado.

### **Fidelización de clientes**

La fidelización de clientes es lo más delicado de crear y cuidar una vez que la empresa o el negocio están abiertos y sus funciones trabajando normalmente.

Fidelizar clientes es mantener la satisfacción del mismo para que regrese paulatinamente y se convierta en un promotor del establecimiento. Según varios estudios un promotor hablara bien de su experiencia con tres personas promedio; mientras que un detractor se quejara con diez personas de su mala experiencia, si basamos nuestra clientela a un buen servicio y una buena experiencia podríamos expandir nuestra agenda de clientes no a gran escala pero siempre en aumento porcentualmente.

## **Talento humano**

El talento humano es una de las partes principales dentro de una empresa, la administración del mismo es la clave para el éxito de la empresa, acerca de la importancia del Talento Humano, se dice que:

Administrar los Recursos Humanos no es una tarea sencilla. Implica no sólo seleccionar y reclutar al personal indicado, sino también capacitarlos, formarlos, motivarlos permanentemente y ofrecerles una buena calidad de vida laboral. Los recursos humanos marcan una diferencia estratégica en los negocios, ya que ellos agregan valor y competitividad a la empresa, más aún cuando se trata de un servicio y ellos son la cara visible de la prestación directa. (Barrios, 2014, p. 100)

Como menciona el autor, el talento humano de la empresa representa la razón de ser de la organización, es por eso que se debe tener en cuenta mantener el excelente clima laboral empresarial.

## **Gestión de los recursos humanos**

Gestionar los recursos humanos en función del cumplimiento de los objetivos, es una de las fases principales dentro de la administración del talento humano, acerca de esto se ha encontrado lo siguiente:

La gestión de Recursos Humanos “es el conjunto de actividades que ponen en funcionamiento, desarrollan y movilizan a las personas que una organización necesita para realizar sus objetivos”. Para que una organización sea exitosa a largo plazo deberá contar con las personas adecuadas en las posiciones adecuadas. La planificación estratégica de los RR. HH. mejorará su utilización, permitirá aunar esfuerzos y objetivos globales de la organización y ayudará a alcanzar los logros que la empresa se ha planteado. (Barrios, 2014, p. 100)

Nuevamente se vuelve a recalcar el papel del talento humano en la organización, valorando la correcta gestión del mismo en función del éxito a largo plazo.

### **Objetivos de la gestión de recursos humanos**

La gestión de recursos humanos cumple una serie de objetivos, que de acuerdo a la investigación realizada, son los siguientes:

- Atraer y retener a los empleados calificados.
- Motivarlos.
- Ayudarlos a crecer y desarrollarse dentro de la empresa.
- Aumentar la productividad.
- Mejorar la calidad de vida en el ambiente laboral.
- Cumplir con la legislación y normativas vigentes. (Barrios, 2014, p. 100)

Entre los objetivos mencionados anteriormente, cumplir con la legislación es uno de los más importantes, ya que se debe velar por la seguridad al talento humano de una organización y así se obtendrá el mejor esfuerzo de los mismos.

Al escoger personal para cualquier empresa, no solo implica contratar, sino formar, dar capacitaciones, y motivación para que realice un buen trabajo.

### **Manual de Funciones**

Un manual de funciones es un documento que presenta información de determinados procesos, detallando de manera específica sus funciones. A continuación Gonzales manifiesta una definición acertada:

Es un instrumento o herramienta de trabajo que contiene el conjunto de normas y tareas que desarrolla cada funcionario en sus actividades cotidianas y será elaborado técnicamente basados en los respectivos procedimientos, sistemas, normas y que resumen el establecimiento de guías y orientaciones para desarrollar las rutinas o labores cotidianas, sin interferir en las capacidades intelectuales, ni en la autonomía propia e independencia mental o profesional de cada uno de los trabajadores u operarios de una empresa ya que estos podrán tomar las decisiones más acertadas apoyados por las directrices de los superiores, y estableciendo con claridad la responsabilidad, las obligaciones que cada uno de los cargos conlleva, sus requisitos, perfiles, incluyendo informes de labores que deben ser elaborados por lo menos anualmente dentro de los cuales se indique cualitativa y cuantitativamente en resumen las labores realizadas en el período, los problemas e inconvenientes y sus respectivas soluciones tanto los informes como los manuales deberán ser evaluados permanentemente por los respectivos jefes para garantizar un adecuado desarrollo y calidad de la gestión. (Gonzales, 2017, p. 1)

En la administración el uso de un manual de funciones es de alto requerimiento y de responsabilidad. Este documento describirá cada una de la funciones, actividades que debe hacer y cumplir el colaborador de dicha empresa. Poseer un manual de funciones garantizara la estandarización de los procesos y por ende la calidad de los mismos.

Continuando con el estudio, se ha encontrado lo siguiente:

Los manuales son fundamentalmente instrumentos de comunicación. Aquellas organizaciones que no los utilizan suelen canalizar sus normas e instrucciones mediante comunicaciones aisladas que, ni bien cumplan con el objetivo de información, no logran integrarse en un cuerpo orgánico y, por lo tanto, es difícil ubicarlas y establecer si se encuentran vigentes. Generalmente, el uso de manuales se encuentra difundido en empresas grandes, ya que en la pequeña empresa la personalidad del empresario y la falta de personal capacitado dificultan la aplicación de técnicas organizativas.

La necesidad de manuales se hace evidente cuando el tamaño y la complejidad de la organización requieren normalización, ya que en empresas familiares o pequeñas se aplica la modalidad de trabajo en equipo y la adaptación mutua como medio de coordinación. (Correa, 2009, p. 19)

El autor manifiesta un aspecto importante al momento de crear un manual de funciones y es la limitación del mismo, el manual debe ser creado según el tamaño de la empresa y el número de trabajadores, de esa manera se puede asegurar el cumplimiento del objetivo del mismo.

### **Perfil del colaborador**

Es imprescindible que el colaborador tenga un cierto perfil para su empleo, conocimientos a fines, una preparación y experiencia acorde al cargo y sobre todo aptitudes para el mismo.

#### **e. Área operativa de la empresa**

El área operativa de la empresa de catering es una de las partes más importantes de la misma ya que desde ella se realizan todas las practicas manuales tanto de preparaciones culinarias como de todo lo operativo a realizar antes, durante y después de un pedido o evento.

#### **i. Infraestructura**

La infraestructura de un establecimiento gastronómico u hotelero, es importante ya que su correcto diseño mejora los procesos tanto de producción como de preparación y servicio. En cocina por ejemplo las estaciones deben estar situadas de forma que las comandas y pedidos puedan ser preparados para que sus tiempos y rutas de servicio puedan coordinarse y llegar a tiempo para montaje y salida de cocina.

En un restaurante el diseño debe tener buena iluminación definir áreas o ambientes dependiendo el tipo de restaurante y establecer lugares de mesas y rutas para el correcto movimiento y

coordinación de servicio de meseros para servicio normal o eventos a realizarse. Incluso baños, salidas de emergencia, área de recepción, caja, etc. Deben estar bien situadas para la comodidad y correcto flujo de la clientela.

## **ii. Equipo de cocina**

El equipo de cocina cumple una función importante e indispensable dentro del establecimiento y por ende para el servicio de Catering, acerca de este tema Kinton, Cesarani y Foskett, aseguran que:

El tipo, cantidad y tamaño del equipo dependerá del tipo de menú que se ofrece. El equipo no solamente deberá estar situado de forma conveniente, sino que también es muy importante el tiempo de su funcionamiento de forma que el equipo sea utilizado sin exceso de fatiga. Cuando se planifica la cocina, se usan símbolos estándar que pueden dibujarse sobre papel milimetrado para obtener un diseño a escala. No se omitirán las instalaciones para el lavado de manos y almacenamiento del equipo de limpieza. (Kinton, Cesarani, & Foskett, 1995, p. 312)

La correcta instalación del equipo de cocina, garantiza el buen funcionamiento del servicio, se debe tomar en cuenta las medidas a seguir con el fin de generar comodidad y calidad al momento de realizar el servicio, el equipamiento de la cocina depende del catering a servir. El espacio y el equipo son de total importancia para producir alimentos de calidad. El equipamiento se clasifica en pesado y liviano.

## **iii. Mobiliario**

El mobiliario es parte de la infraestructura del servicio, el mismo que sirve como apoyo para el equipo de cocina. Según Montes, Lloret y Lopez, mobiliario es: “Término que engloba al conjunto de muebles utilizados como depósito, apoyo o soporte durante el desarrollo de las actividades propias de la cocina. Incluye, por ejemplo, a estanterías, pilas, mesas de trabajo,

tolvas, bancos de apoyo y carros de transporte” (2010, p. 10). El mobiliario que debe contar el establecimiento que se encargue del servicio de catering debe ser acorde a sus necesidades y en función de brindar facilidad y seguridad al equipo de trabajo.

#### **iv. Recetas estándar**

Una receta estándar es indispensable en gastronomía a pequeña y gran escala por igual, ya que se puede definir en una receta, la cantidad exacta de productos a utilizarse, su costo, y lo más importante su sabor, presentación y costos siempre será igual.

La calidad de los productos se logra estandarizando procesos y recetas para siempre conseguir como resultado final ese primer plato o producto aunque deban prepararse cientos de ellos. De esa manera fidelizamos a los clientes quienes saben que encontraran calidad siempre.

#### **v. Flujograma**

El Flujograma o Diagrama de Flujo, consiste en representar gráficamente hechos, situaciones, movimientos o relaciones de todo tipo, por medio de símbolos. A continuación se observará de tres autores diferentes el concepto de Flujograma o Diagramas de Flujo, características, tipos, simbología, diseño y elaboración. Según Gómez Cejas, Guillermo. Año 1.997;

El Flujograma o Flujograma, es un diagrama que expresa gráficamente las distintas operaciones que componen un procedimiento o parte de este, estableciendo su secuencia cronológica. Según su formato o propósito, puede contener información adicional sobre el método de ejecución de las operaciones, el itinerario de las personas, las formas, la distancia recorrida el tiempo empleado, etc. Según Chiavenato Idalberto. Año 1.993; El Flujograma o Diagrama de Flujo, es una gráfica que representa el flujo o la secuencia de rutinas simples. Tiene la ventaja de indicar la secuencia del proceso en cuestión, las unidades involucradas y los responsables de su ejecución. Según Gómez Rondón Francisco. Año 1.995; El Flujograma o Diagrama de Flujo, es la representación

simbólica o pictórica de un procedimiento administrativo. (Acosta, Arellano & Barrios, 2009, p. 4)

Los flujogramas son diagramas que permiten organizar de manera gráfica y ordenada un proceso, el cual cuenta con figuras específicas para cada función. El objetivo de un flujograma es simplificar la información y poder transmitirla de una manera factible a todo el equipo de trabajo.

#### **vi. Documentación**

La documentación, juega un papel muy importante dentro de la contratación de un servicio. El servicio del Catering, cuenta con este como un respaldo, el mismo en donde se especifica con el comensal sus requerimientos, servicios extras, precio, duración y otros. Esta documentación debe ser entregada al interesado y el establecimiento debe tener una copia de la misma.

## **5. MATERIALES Y MÉTODOS**

En la siguiente investigación, se aplicó los métodos descriptivo y cualitativo. Descriptivo mediante este sabremos ciertos datos, características y situaciones que presenta actualmente la Cafetería y Heladería Victoria, se tomó en cuenta para los resultados entrevistas personales a clientes, como parte del método también se aplicó la observación investigativa de variables, con ello se puede determinar tendencias y preferencias de un grupo específico de personas los cuales son clientes frecuentes o personas de paso y se determinó variables cuantificables para obtener resultados precisos.

Además del método cualitativo que permitió describir de forma minuciosa y de acuerdo a sus necesidades, cada proceso de la propuesta administrativa y operativa para el establecimiento. De esta manera se llevó a cabo encuestas con preguntas específicas para obtener resultados exactos y que no permitan un gran margen de error de lo que en realidad quiere o prefiere el cliente, se pudo determinar cuáles son las preferencias de servicio, que es lo que quiere y necesita a la fecha el cliente y como se proyecta a futuro con nuevos productos y servicios. Es una herramienta muy práctica este método porque se puede mejorar todas las áreas que tengan deficiencia de la mano del cliente, quien esperara siempre lo mejor.

### **a. Identificación del servicio**

El servicio de catering puede ser identificado como un servicio distinto y poco visto. La característica principal se encarga de preparar, presentar, ofrecer y servir distintos bocaditos. En la Cafetería Heladería Victoria es brindar un servicio de calidad de manera eficiente y eficaz a sus clientes distinguiéndose de la competencia.

**b. Población y muestra**

**i. Tipo de segmentación**

Segmentación demográfica de la población de Ibarra por el nivel de vida y los ingresos, proporcionando información acertada para la investigación, como resultado el mercado meta al cual debemos dirigirnos.

**ii. Mercado meta**

El mercado al que se desea llegar, se encuentra integrado por la población económicamente activa urbana, empleada y dentro de un estrato económico alto, medio alto y medio del cantón Ibarra, personas que asisten con frecuencia al establecimiento en cuestión.

**c. Determinación de la muestra**

La población fue tomada en cuenta de 100 clientes por semana, mensualmente se obtuvo el número de población de 400.

Para la determinación de la muestra se utilizó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N\sigma^2Z^2}{(N-1)e^2 + \sigma^2Z^2}$$

n = Tamaño de la muestra.

N = Tamaño de la población.

$\sigma = \sigma$  = Desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0,5.

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96 (como más usual) o en relación al 99% de confianza equivale 2,58.

e = Límite aceptable de error de muestra que, un valor que varía entre el 1% (0,01) y 9% (0,09).

N= 400

$\sigma= 0.5$

Z= 1.96

E= 0.08

Remplazando en la formula se obtuvo:

$n= 92.89 \approx 93$

n= 93 encuestadas

#### **d. Instrumentos**

##### **i. Encuesta**

Fue realizada a 93 clientes del establecimiento, con la finalidad de conocer ciertos puntos de información que se requirieron en la investigación, mediante un cuestionario (ver Anexo II). Se realizó desde el 11 de enero al 21 de enero 2018.

##### **ii. Entrevista**

Elaborada el día 07 de enero 2018, a la propietaria y administradora del establecimiento, con el fin de obtener información real y oportuna para la investigación. Se realizó un previo cuestionario, para la entrevista, se manejó una grabadora de voz con el fin de capturar información y respaldar la misma (ver Anexo III).

#### **e. Procedimiento**

Para la realización de la entrevista, como primer paso se elaboró un cuestionario, donde se seleccionaron preguntas acordes a la creación del establecimiento, planes a futuro, objetivos y la implementación del servicio, fue realizada el día siete de enero del año dos mil dieciocho a la propietaria y administradora de la Cafetería Heladería Victoria, la señora María José Villagran, al mismo tiempo la entrevista fue grabada para sustentar dicha información.

Uno de los datos más importante que se obtuvo en la encuesta, fue el número promedio de visitas semanal y mensual que tiene el establecimiento por sus clientes, esta cifra fue considerada para el número de población en la fórmula de la muestra que fue utilizada para la encuesta. Con una población de 400 pax y el margen de error del 8%, dio como resultado una muestra de 92.89, cabe recalcar que los demás datos fueron decisión de la autora y de su asesor, y que el margen de error está dentro de los límites normales. Se realizaron 93 encuestas a los clientes en el periodo de 10 días.

#### **f. Análisis de datos**

Para la investigación de la propuesta de implementación del servicio de catering en la Cafetería y Heladería Victoria de la ciudad de Ibarra, se determinó la población, al cliente externo o consumidor del mencionado establecimiento, con el fin de conocer gustos, preferencias y sobre todo la acogida que tendría la propuesta del nuevo servicio de catering.

## **6. RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

El objetivo de la presente investigación “Propuesta para la incrementación del servicio de catering en la Cafetería Heladería Victoria”, se determinó el tamaño de la muestra y dio como resultado noventa y tres encuestas, la misma que fue diseñada para observar cuál es el número frecuente de clientes, si el servicio de catering tendría acogida, conocer por qué medio el cliente se enteró de la existencia del local, de igual manera saber cuál es la preferencia de los tipos de servicio de catering para los diferentes eventos.

### **a. Resultados de la encuesta**

Según la fórmula para obtener la muestra, se realizaron 93 encuestas a clientes de la cafetería y heladería Victoria ubicada en la ciudad de Ibarra, para conocer la opinión de estos y con respecto al establecimiento, poder tener un sustento en la investigación de la propuesta para la implementación del servicio de Catering para el establecimiento.

A continuación se presenta la tabulación, interpretación y análisis de la encuesta.

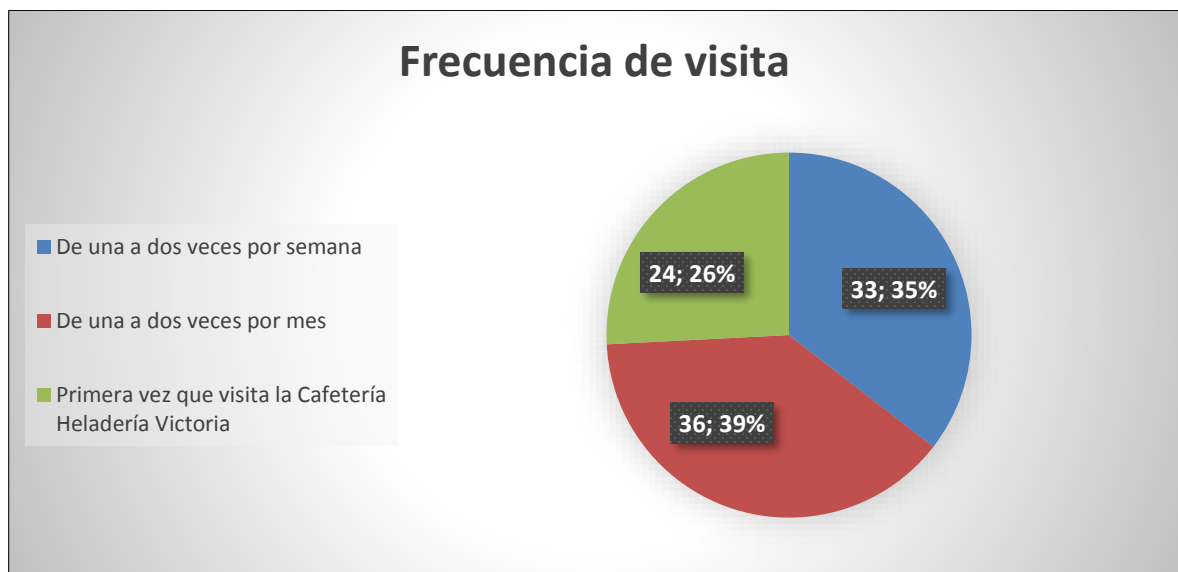
## 1. ¿Con que frecuencia visita este establecimiento?

### Interpretación

Acorde a la figura 1, según las 93 encuestas realizadas, el 39% asegura que asiste al establecimiento de una a dos veces por mes, el 35% de una a dos veces por semana, mientras que el 24% afirma que es la primera vez que visita la Cafetería Heladería Victoria.

### Análisis

De acuerdo a lo que se explica en la figura 1, la Cafetería y Heladería Victoria, tiene una clientela establecida y a su vez nueva; según los resultados obtenidos la mayor parte de clientes regresan varias veces por mes, con lo cual se puede concluir, que el establecimiento presenta un servicio y producto de calidad, obteniendo el retorno de los clientes. Siendo bajo el número de clientes nuevos, es necesario promocionar frecuentemente por medios de comunicación.



**Figura 1:** Frecuencia de visita

**Fuente:** Encuesta directa / enero 2018

**Elaborado por:** Evelyn Navarrete M

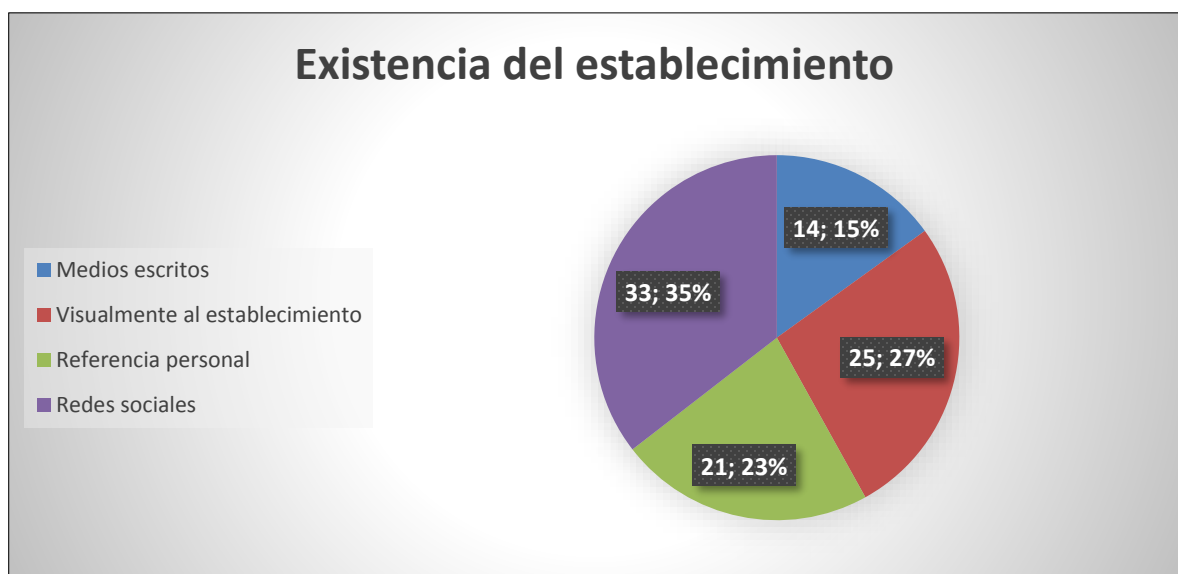
## 2. ¿Cómo se enteró de la Cafetería y Heladería Victoria?

### Interpretación

Acorde la figura 2, según las 93 encuestas realizadas, el 35% asegura que estuvo al tanto del establecimiento por medio de las redes sociales, el 27% conoció visualmente el sitio, mientras que el 23% se enteró por redes sociales y el 15% por medios escritos.

### Análisis

De acuerdo a lo que se explica en la figura 2, el establecimiento presenta varias opciones para darse a conocer al mercado. Es importante la publicidad en base a varios métodos para captar una nueva demanda, la publicidad boca oído que es una de las más efectivas, pues el cliente al tener una buena experiencia, la hace saber con los demás, pero al mismo tiempo, corre el riesgo de que si esa experiencia es mala, también será compartida. Fuera de los métodos convencionales, cada día se obtiene nuevas aplicaciones tecnológicas y formas de llegar a la gente por medio de su celular, cuentas en redes sociales, streaming e incluso correo electrónico. Atacando todos esos francos de publicidad se puede ampliar el ingreso de clientela.



**Figura 2:** Existencia del establecimiento

**Fuente:** Encuesta directa / enero 2018

**Elaborado por:** Evelyn Navarrete M

### 3. ¿Alguna vez ha realizado un evento social?

#### Interpretación

Acorde la figura 3, según las 93 encuestas realizadas, el 54% asegura no haber realizado un evento social, mientras que el 46% afirmó que si los ha realizado.

#### Análisis

Por lo general los eventos sociales forman parte de nuestro diario vivir, se considera uno cuando existe la reunión de algunas personas con un objetivo en común, reuniones, celebraciones, negocios, estudios y otros. Es por ello que la creación de una empresa de catering, contribuye al desarrollo de un evento de calidad y sobre todo a las exigencias de quien lo contrata, para hacer de un evento común algo diferente y único a la hora de degustar bocaditos y tener una buena experiencia.



**Figura 3:** Realización de evento

**Fuente:** Encuesta directa / enero 2018

**Elaborado por:** Evelyn Navarrete M

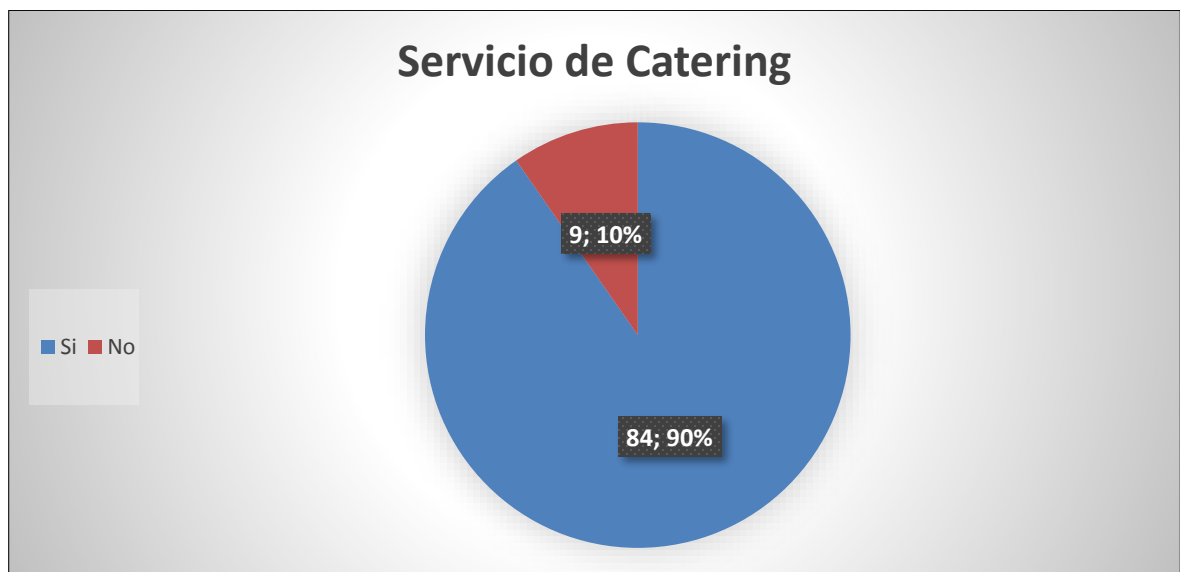
**4. ¿Desearía usted que exista un servicio innovador gastronómico que ofrezca servicio de catering para sus eventos sociales?**

**Interpretación**

Acorde la figura 4, según las 93 encuestas realizadas, el 90% asegura que le agrada la idea de un servicio gastronómico que ofrezca el servicio de catering, mientras que el 10% negó esta posibilidad.

**Análisis**

En la ciudad de Ibarra, existen establecimientos de servicio de catering, pero en un evento la mejor propuesta es aquella empresa que se diferencie de las demás, ofertar un buen producto, precio justo teniendo en cuenta presentación y calidad además de un excelente servicio, genera la conformidad del cliente en cuento a sus expectativas y experiencia.



**Figura 4:** Servicio de Catering

**Fuente:** Encuesta directa / enero 2018

**Elaborado por:** Evelyn Navarrete M

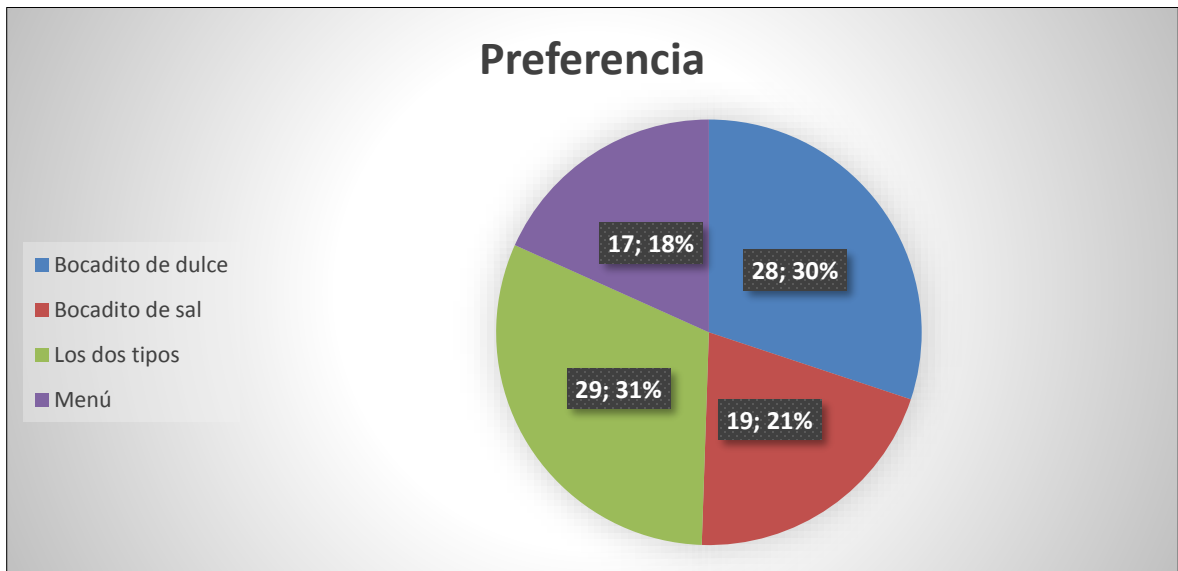
**5. En el caso de requerir servicio de catering de bocaditos para sus eventos, ¿cuál sería su preferencia?**

**Interpretación**

Acorde la figura 5, según las 93 encuestas realizadas, el 31% asegura que su elección para un evento es de bocaditos dulces y salados, el 30% prefiere bocaditos dulces, el 21% únicamente bocaditos de sal y por último el 18% un menú ofrecería en un evento.

**Análisis**

De acuerdo a lo que se explica en la figura 5, se logró afirmar que a la mayor parte de personas de la muestra prefieren bocaditos tanto de sal como de dulce para sus eventos, además se ve que no les gustó la idea de un menú donde se da opciones de diferentes postres, desde la bienvenida al evento, su desarrollo y despedida.



**Figura 5:** Preferencia

**Fuente:** Encuesta directa / enero 2018

**Elaborado por:** Evelyn Navarrete M

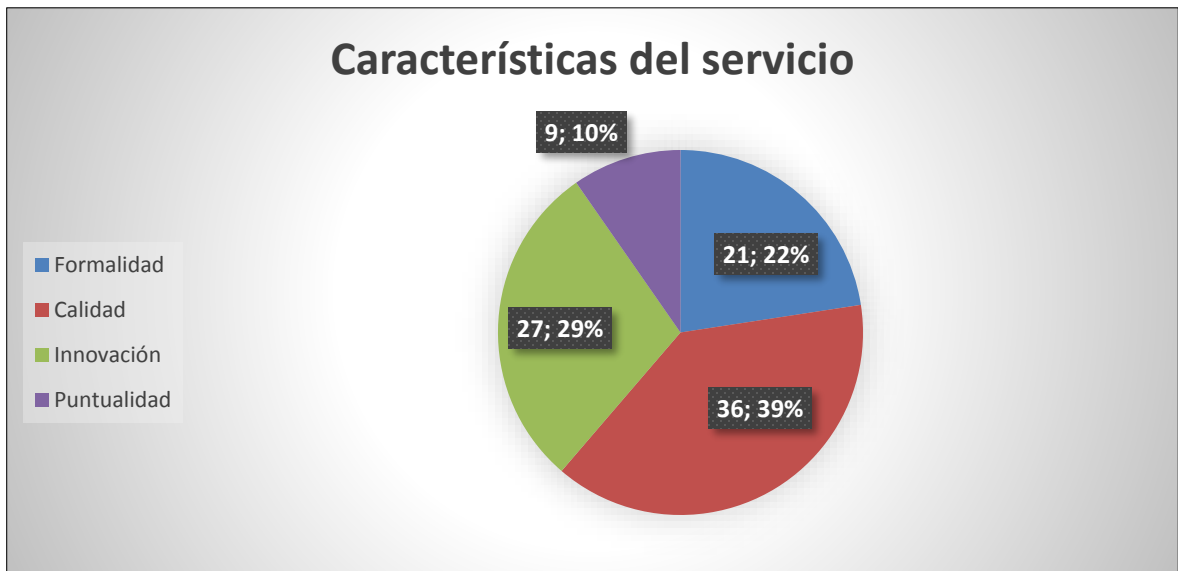
**6. ¿A cuál de las siguientes características le da más importancia en un servicio de catering?**

**Interpretación**

Acorde la figura 6, según las 93 encuestas realizadas, el 39% afirma que la característica más importante de un servicio de catering es por calidad del producto, el 29% por innovación, el 22% por formalidad y el 10% puntualidad.

**Análisis**

De acuerdo a lo que se explica en la figura 6, para los clientes de este establecimiento, la característica más importante de solicitar el servicio de catering es la calidad del producto, esta a su vez, se convierte en fidelidad ya que permite a los clientes estar seguros del servicio que están contratando y la solvencia con que la empresa trabaja. Generar en los clientes ese apoderamiento con lo que se oferta y satisfacer la necesidad de los mismos, hace que una empresa de esta industria tener éxito.



**Figura 6:** Características del servicio  
**Fuente:** Encuesta directa / enero 2018  
**Elaborado por:** Evelyn Navarrete M

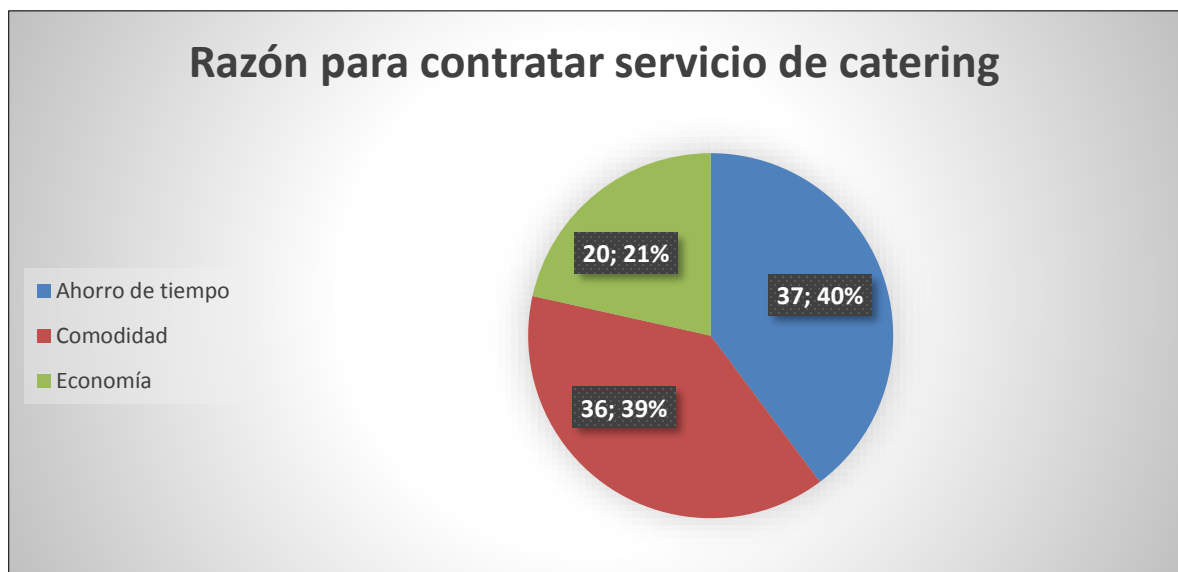
## 7. ¿Cuál de las siguientes opciones es una buena razón para contratar servicios de catering?

### Interpretación

Acorde la figura 7, según las 93 encuestas realizadas, el 40% afirma que una buena razón para contratar un servicio de catering es por ahorrar tiempo, el 39% asegura que es por comodidad y el 21% por economía.

### Análisis

De acuerdo a lo que se explica en la figura 7, se puede conocer que los clientes de la empresa de la Cafetería y Heladería Victoria, solicitan ahorro de tiempo para poderse ocupar de otros aspectos de sus eventos, la comodidad de saber que todo será entregado con excelencia y a tiempo, y que todos los productos que posee el servicio de catering son de calidad y a excelentes precios, para todo evento; por lo que el establecimiento se convierte en asesor del cliente; y maneja prácticas profesionales para dar un servicio sobreestimado.



**Figura 7:** Razón para contratar servicio de catering

**Fuente:** Encuesta directa / enero 2018

**Elaborado por:** Evelyn Navarrete M

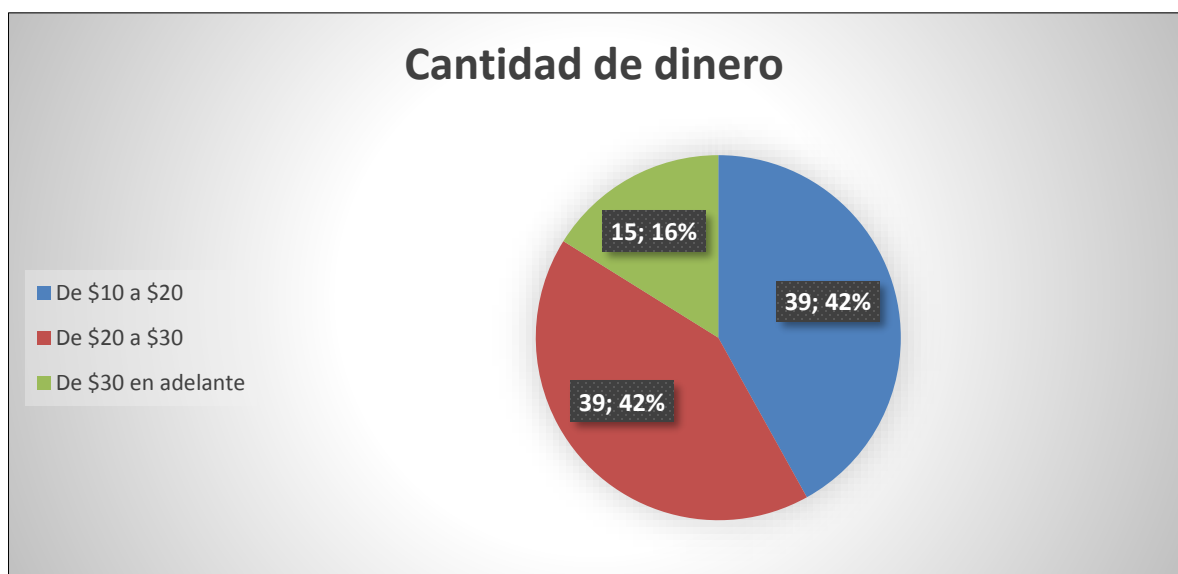
**8. ¿Qué cantidad de dinero usted estaría dispuesto pagar por un servicio de catering para un evento social o corporativo?**

**Interpretación**

Acorde la figura 8, según las 93 encuestas realizadas, el 42% afirma que pagaría de \$10 a 20 dólares por persona, al mismo tiempo, el otro 42% está dispuesto a pagar de \$20 a \$30 y el 16% restante de \$30 en adelante.

**Análisis**

De acuerdo a lo que se explica en la figura 8, una parte de la población considera que los precios de los servicios de Catering deberían ser entre los 20 y 30 dólares, tomando en cuenta que los costos de los servicios pueden variar de acuerdo al pedido del cliente. No siempre los clientes van a necesitar los productos más caros o los más económicos, por ende la empresa presenta a sus clientes propuestas de excelentes productos a buenos precios para mantener el promedio de precio preferido por la muestra obtenida.



**Figura 8:** Cantidad de dinero

**Fuente:** Encuesta directa / enero 2018

**Elaborado por:** Evelyn Navarrete M

Se puede concluir que, la necesidad que tiene los usuarios es la creación del servicio de catering de bocaditos de dulce y de sal. Los resultados han sido alentadores y a la vez se ha tomado la iniciativa de mejorar cada día los servicios a través de la innovación y satisfacción a los clientes, por lo que de acuerdo a los resultados de la misma, la propuesta se enfocará al servicio de Catering de bocaditos. Los propietarios pondrán en marcha esta innovadora propuesta para su establecimiento, una vez terminada la investigación.

## **b. Resultados de la entrevista**

### **Entrevista a la propietaria de la Cafetería y Heladería Victoria**

La entrevista se la realizó a la señora propietaria del establecimiento María José Villagrán, el día 07 de enero, 2018. Se adjunta la transcripción de la misma y el análisis de cada una de las preguntas realizadas:

#### **1. ¿Cómo inicio la idea del negocio?**

**Transcripción:** Bueno la idea empezó desde junio del 2017, a mí personalmente siempre me gustó hacer postres, desde pequeña siempre le acompañaba hacer a mi abuelita Victoria, y desde muy pequeña ella me enseñó a realizarlos, por eso también la Cafetería y Heladería lleva su nombre. La idea también nace de la necesidad de emprender algo, entonces con mi esposo, planteamos la idea aquí que es la casa de mis padres. Siempre la idea fue clara, teníamos que innovar y trajimos esta máquina que es especial para hacer los helados en rollo, fuimos los primeros en traer esto a Ibarra así que tuvimos una gran acogida. Abrimos la cafetería en diciembre del 2017.

**Análisis:** Cuando se emprende en cualquier tipo de negocio, siempre hay que crear algo nuevo, algo que se necesite y sobre todo algo que llame la atención. La Cafetería y Heladería Victoria abre sus puertas con la idea del helado en rollo y sus granizados, lo cual le hace ser

un establecimiento nuevo en el mercado, llevando al éxito por su calidad, por sus productos y su servicio.

## 2. **¿Cuál es la capacidad que tiene el establecimiento?**

**Transcripción:** La capacidad que tiene la Cafetería y Heladería es de 20 personas.

**Análisis:** La acogida que tiene este establecimiento es buena, por lo que deberían ampliar su espacio, debido a que fines de semana ocupa toda su capacidad y hay clientes que esperan. Para un mejor servicio la propietaria dijo que si tenían planes de ampliación.

## 3. **¿Cuántos colaboradores trabajan dentro del establecimiento?**

**Transcripción:** Este es un negocio familiar, yo la mayoría de veces estoy aquí, así que aparte de mí, tengo a dos personas más de confianza que atienden y ayudan en lo que necesite.

**Análisis:** un equipo, sin importar el número de cuantos sean, si cada uno da su mejor esfuerzo, y sabe lo que tiene que hacer, el resultado es genial. En la Cafetería y Heladería, el producto, y presentación es lo importante.

## 4. **¿Qué promedio de visitas tiene la Cafetería y Heladería Victoria?**

**Transcripción:** Teniendo en cuenta que los lunes no abrimos, semanalmente tenemos 100 personas aproximadamente; mensual sería unas 400 personas que nos visitan.

**Análisis:** El establecimiento, cuenta con una gran demanda, lo que quiere decir es que se oferta un buen producto tanto en su sabor como presentación, y un buen servicio, lo cual es fundamental en esta industria.

**5. ¿Le han solicitado el servicio de catering?**

**Transcripción:** Si, tengo ya personas que frecuentan la Cafetería y ya saben, para sus eventos sociales, reuniones y más, me hacen pedidos de los bocaditos, empanadas o de lo que deseen.

**Análisis:** Aquí se ve la necesidad de la propuesta, una organización de procesos. Una cosa es trabajar empírico y otra profesionalmente; mejora el producto, tiene menos pérdida de producto y aumenta la rentabilidad.

**6. ¿Cuenta el establecimiento con una cocina equipada para el servicio de Catering?**

**Transcripción:** Para catering no, porque yo hago aquí solo los productos que tengo en la carta, cuento con una cocina pequeña pero no necesito más, además tendría que contratar a una persona que sepa de cocina para el catering.

**Análisis:** La propuesta va enfocada al Servicio de Catering, de acuerdo con la necesidad que tienen los clientes de la Cafetería y Heladería Victoria. El establecimiento necesita la implementación de servicio de Catering, y todos los medios e instrumentos necesarios.

**7. ¿Qué tipo de servicio cree usted que pueda ofertar la Cafetería Heladería Victoria?**

**Transcripción:** adicional de todos los que ofrecemos, sería el del catering porque si me piden mucho lo que es bocaditos para eventos. Entonces si me sirve tu estudio para implementarle en mi Cafetería.

**Análisis:** La investigación será puesta en práctica, debido a la necesidad que tiene su propietaria para el establecimiento.

## c. **Discusión**

### i. **Título**

“Propuesta para la implementación del servicio de Catering en la cafetería y heladería Victoria, ubicada en la ciudad de Ibarra”.

### ii. **Macro-localización**

El objetivo de la Macro localización es el de determinar el territorio o región en la que el proyecto tendrá mayor influencia con el medio, describiendo características, ventajas y desventajas para la ubicación del emprendimiento; la región seleccionada puede ser en el ámbito nacional o territorial, solo se requiere analizar los factores de localización de acuerdo a su alcance geográfico.

Ecuador es un país andino, ubicado sobre la línea ecuatorial por lo que el país se encuentra en los dos hemisferios. Está limitada al norte con Colombia, al sur y al este con Perú y al oeste con el océano pacifico y su territorio está dividido en 24 provincias.



**Figura 9:** Mapa Ecuador  
**Fuente:** (Vivencia Andina, 2017)

La localización macro de la propuesta se sitúa en la Provincia de Imbabura, ubicada en la región Sierra de Ecuador.



**Figura 10:** Mapa Imbabura - Ecuador  
**Fuente:** Google maps

### iii. Micro-localización

La Heladería Cafetería Victoria, está ubicada en la ciudad de Ibarra, calle Victoria Castello Chiriboga 2-40 e Ignacio Canelos, tras la Plaza Shopping Center.



**Figura 11:** Ubicación geográfica Cafetería Heladería Victoria, Ibarra  
**Fuente:** Google maps

#### **iv. Introducción**

La Cafetería heladería Victoria, es un establecimiento que abre sus puertas en diciembre del año 2016, por la necesidad económica de sus propietarios. Sin ningún conocimiento a fin de la industria, María José Villagran es quien emprende su propio negocio. Actualmente el establecimiento ofrece helados de rollo, elaborados en una plancha, bebidas calientes, frías, smoothies, sandwiches, empanadas, postres. Tiene la visita de 100 pax aproximados por semana y los planes a futuro de sus propietarios son de ampliar el área del mismo.

El fundamento básico para la realización de esta propuesta es incrementar un servicio de manera correcta, siguiendo procesos para el servicio de catering, a su vez, lograr un producto de calidad, satisfacción del cliente y tener una mayor ganancia como establecimiento.

#### **v. Objetivos**

##### **Objetivo general**

Diseñar una propuesta administrativa y operativa para la implementación del servicio de catering para la Cafetería y Heladería Victoria ubicada en la ciudad de Ibarra.

##### **Objetivos específicos**

- Realizar la propuesta administrativa para la implementación del servicio de catering de la Cafetería y Heladería Vitoria.
- Elaborar la propuesta operativa del servicio de catering.
- Elaborar elementos de promoción.

**vi. Propuesta administrativa**

**a) Misión**

La cafetería y Heladería Victoria está dedicada a servir y satisfacer las necesidades de sus clientes, mediante la implementación de servicio de Catering especializado en bocaditos de sal y dulce, en la ciudad de Ibarra.

**b) Visión**

Para el año 2022 ser una empresa líder en el servicio de catering especializado en bocaditos en la provincia de Imbabura, satisfaciendo y cumpliendo con las expectativas de nuestros clientes, aplicando los valores que nos caracterizan.

**c) Valores corporativos**

- **Eficiencia y Calidad**  
Brindar un servicio de calidad a los clientes satisfaciendo sus necesidades y creando experiencias únicas.
- **Honestidad y Respeto**  
Realizar el trabajo con transparencia, siempre respetando a los clientes, colaboradores y proveedores.
- **Responsabilidad y Puntualidad**  
Todos los colaboradores están comprometidos con el cliente para cumplir a cabalidad las tareas asignadas previamente.
- **Competitividad e Innovación**

La Cafetería Heladería Victoria busca la excelencia sobre la competencia mediante la innovación de productos y servicios.

- Veracidad

Promociona y vende un servicio y producto de calidad, siendo así reconocido y ganándose la confianza de los clientes.

#### **d) Políticas del establecimiento**

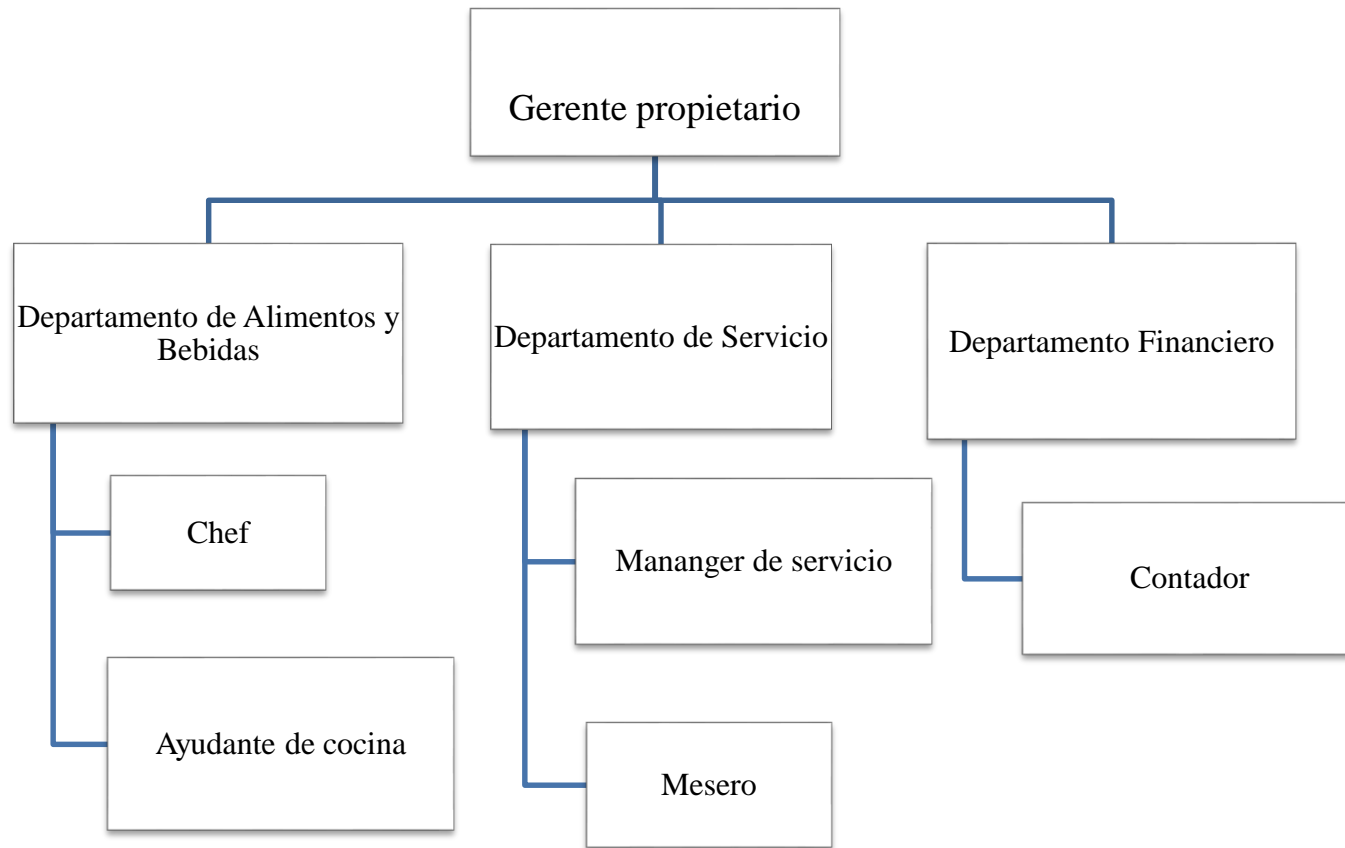
##### **Internas**

- Realizar constantes capacitaciones de servicio al personal  
Ejemplo.- Capacitaciones de recepción y atención al cliente
- Proporcionar manual de funciones correspondiente a cada uno de los colaboradores
- Contar con una cartera de proveedores y procesos de contratación del mismo
- Realizar campañas publicitarias constantes  
Ejemplo.- Páginas de redes sociales y portal web, se podrá dar a conocer promociones y publicidad y la más importante Boca Oído.
- Mantener al personal motivado mediante actividades e incentivos económicos
- Trabajar competitivamente pero siempre bajo los estatutos de ética que rigen a la Cafetería Heladería Catering Victoria.
- Mantener una posición predominante en el mercado de alimentos y bebidas.
- Implementar con avances tecnológicos para alcanzar nuevas oportunidades del mercado.

##### **Contratación de servicio**

- Para reservaciones, se anticipará el pago del 70% y una vez entregado el producto se cobrará el 30% restante
- Para reservaciones, se realizaran con anticipación mínima de 3 días laborales (72horas)
- Se firmará el contrato del servicio en el cual estará especificado cada uno del servicio.

**e) Organigrama**



**Figura 12:** Organigrama  
**Elaborado por:** Evelyn Navarrete  
**Fecha:** mayo 2018

f) **Perfil de colaboradores**

MANUAL DE FUNCIONES	
Unidad Administrativa	Ejecutivo
Cargo	Gerente Administrador
Objetivo del cargo	Optimizar y organizar eficiente y eficazmente los recursos del establecimiento
NATURALEZA DEL PUESTO	
Es responsable de la gestión administrativa y financiera de la empresa, deberá formular los planes de acción, ejecutarlos y verificar su cumplimiento, así como seleccionar y dirigirlo	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Representar a la empresa judicial y extrajudicialmente en lo administrativo</li> <li>• Dirigir la gestión administrativa y financiera de la empresa</li> <li>• Formular políticas, normas y procedimientos administrativos relacionados con todos los procesos</li> <li>• Coordinar, supervisar, controlar y monitorear los procesos empresariales</li> <li>• Realizar otras funciones relacionadas con el puesto y que no haya sido enlistadas en este documento</li> </ul>	
RESPONSABILIDADES	
Nombrar y remover al personal administrativo y operativo de acuerdo a las necesidades y requerimiento de la empresa y de conformidad a las disposiciones legales y vigentes. Cumplir y hacer cumplir las disposiciones legales vigentes.	
PERFIL	
Formación	Educación Superior
Especialidad	Ingeniero en administración hotelera o Gastronómica
Experiencia	Mínimo 3 años de experiencia en cargos similares
PERSONALES	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Liderazgo</li> <li>• Orden</li> <li>• Capacidad de trabajar en equipo</li> <li>• Habilidad para interrelacionarse</li> <li>• Habilidad administrativa y experiencia contable</li> </ul>	

**Tabla 1:** Manual de funciones Gerente  
**Elaborado por:** Evelyn Navarrete

MANUAL DE FUNCIONES	
Unidad Administrativa	Operativo
Cargo	Jefe de Cocina – Chef
Objetivo del cargo	Planificar y coordinar las actividades de cocina y preparación de los distintos platos
NATURALEZA DEL PUESTO	
<b>Planificar, dirigir, organizar y controlar las actividades de producción y la preparación de alimentos requeridos en el establecimiento.</b>	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Dirigir y controlar la ejecución del proyecto</b></li> <li>• <b>Cumplir y hacer cumplir las políticas establecidas en su área</b></li> <li>• <b>Coordinar el trabajo con la producción para cumplir los requerimientos del cliente</b></li> <li>• <b>Aprobar, supervisar y controlar la compra y almacenaje de la materia prima e insumos para el área.</b></li> <li>• <b>Realizar otras funciones relacionadas con el puesto y que no haya sido enlistadas en este documento</b></li> </ul>	
RESPONSABILIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Mantener actualizado los procesos de cocina</b></li> <li>• <b>Dirigir los procesos de cocina</b></li> <li>• <b>Innovar en cuanto a bocaditos</b></li> <li>• <b>Realizar otras funciones en base a su cargo</b></li> </ul>	
PERFIL	
Formación	Educación Superior
Especialidad	Gastronomía
Experiencia	Mínimo 3 años de experiencia en cargos similares
PERSONALES	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Vocación al servicio</b></li> <li>• <b>Discreción y honestidad comprobadas</b></li> <li>• <b>Capacidad para resolver conflictos rápidamente</b></li> <li>• <b>Capacidad para trabajar en equipo</b></li> <li>• <b>Habilidad para interrelacionarse</b></li> <li>• <b>Liderazgo</b></li> </ul>	

**Tabla 2:** Manual de funciones Jefe de cocina  
**Elaborado por:** Evelyn Navarrete

MANUAL DE FUNCIONES	
Unidad Administrativa	Operativo
Cargo	Ayudante de Cocina
Objetivo del cargo	Ayudante de actividades de cocina y preparación de platos
NATURALEZA DEL PUESTO	
<b>Ayudante del chef en las actividades de producción y la preparación de alimentos requeridos en el establecimiento.</b>	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Cumplir las políticas establecidas en su área</b></li> <li>• <b>Ayudar a coordinar el trabajo con la producción para cumplir los requerimientos del cliente</b></li> <li>• <b>Almacenaje de la materia prima e insumos para el área</b></li> <li>• <b>Ayudar en la preparación de bocaditos</b></li> <li>• <b>Realizar otras funciones relacionadas con el puesto y que no haya sido enlistadas en este documento</b></li> </ul>	
RESPONSABILIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Ayudar directamente al jefe de cocina - Chef</b></li> <li>• <b>Realizar miche and place para cocina</b></li> <li>• <b>Innovar en cuanto a bocaditos</b></li> <li>• <b>Realizar otras funciones en base a su cargo</b></li> </ul>	
PERFIL	
Formación	Bachiller - Educación Superior
Especialidad	Conocimientos básicos de Gastronomía
Experiencia	Mínimo 1 año de experiencia en cargos similares
PERSONALES	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Vocación al servicio</b></li> <li>• <b>Discreción y honestidad comprobadas</b></li> <li>• <b>Capacidad para resolver conflictos rápidamente</b></li> <li>• <b>Capacidad para trabajar en equipo</b></li> <li>• <b>Habilidad para interrelacionarse</b></li> <li>• <b>Habilidad para trabajar bajo presión</b></li> </ul>	

**Tabla 3:** Manual de funciones ayudante de cocina  
**Elaborado por:** Evelyn Navarrete

MANUAL DE FUNCIONES	
Unidad Administrativa	Operativo
Cargo	Mananger de Servicio
Objetivo del cargo	Actividades de servicio y atención al cliente de acuerdo. Jefe de meseros
NATURALEZA DEL PUESTO	
<b>Estará en contacto permanente con los clientes por lo que deberá tener una buena disposición para entender al cliente de manera eficiente, eficaz y con una muy buena actitud</b>	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Coordinación y organización del evento</b></li> <li>• <b>Coordinación del personal del servicio de meseros</b></li> <li>• <b>Brindar una atención personalizada y dar la bienvenida a los clientes</b></li> <li>• <b>Sugerir los diferentes platos que se estarán ofertando</b></li> <li>• <b>Entrega de vajilla</b></li> <li>• <b>Retiro de vajilla</b></li> </ul>	
RESPONSABILIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Mantener coordinación y organización del evento</b></li> <li>• <b>Visualización el orden, la limpieza y buena imagen del salón</b></li> <li>• <b>Control del personal de servicio</b></li> <li>• <b>Recepción de sugerencias y quejas de los clientes</b></li> <li>• <b>Conocimiento total de la estructura de la empresa</b></li> <li>• <b>Realizar otras funciones asignadas en base a su cargo</b></li> </ul>	
PERFIL	
Formación	Educación Superior
Especialidad	Administración hotelera – gastronómica
Experiencia	Mínimo 1 año de experiencia en cargos similares
PERSONALES	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Discreción y honestidad</b></li> <li>• <b>Liderazgo y orden</b></li> <li>• <b>Vocación del servicio</b></li> <li>• <b>Habilidad para interrelacionarse</b></li> <li>• <b>Habilidad para trabajar bajo presión</b></li> </ul>	

**Tabla 4:** Manual de funciones Mananger de servicio  
**Elaborado por:** Evelyn Navarrete

MANUAL DE FUNCIONES	
Unidad Administrativa	Operativo
Cargo	Mesero
Objetivo del cargo	Colaborar en las actividades de atención al cliente de acuerdo a los requerimientos del manager de servicio
NATURALEZA DEL PUESTO	
<b>Estará en contacto permanente con los clientes por lo que deberá tener una buena disposición para entender al cliente de manera eficiente, eficaz y con una muy buena actitud</b>	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Seguir órdenes del Manager de servicio</b></li> <li>• <b>Brindar una atención personalizada y dar la bienvenida a los clientes</b></li> <li>• <b>Sugerir los diferentes platos que se estarán ofertando</b></li> <li>• <b>Entrega de vajilla</b></li> <li>• <b>Retiro de vajilla</b></li> <li>• <b>Limpieza de las mesas</b></li> </ul>	
RESPONSABILIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Mantener el orden, la limpieza y buena imagen del salón</b></li> <li>• <b>Control de la limpieza del área de servicio del restaurante</b></li> <li>• <b>Realizar otras funciones asignadas en base a su cargo</b></li> </ul>	
PERFIL	
Formación	Bachiller
Especialidad	Bachiller
Experiencia	Mínimo 1 año de experiencia en cargos similares
PERSONALES	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Discreción y honestidad</b></li> <li>• <b>Orden</b></li> <li>• <b>Vocación del servicio</b></li> <li>• <b>Habilidad para interrelacionarse</b></li> <li>• <b>Habilidad para trabajar bajo presión</b></li> </ul>	

**Tabla 5:** Manual de funciones Mesero

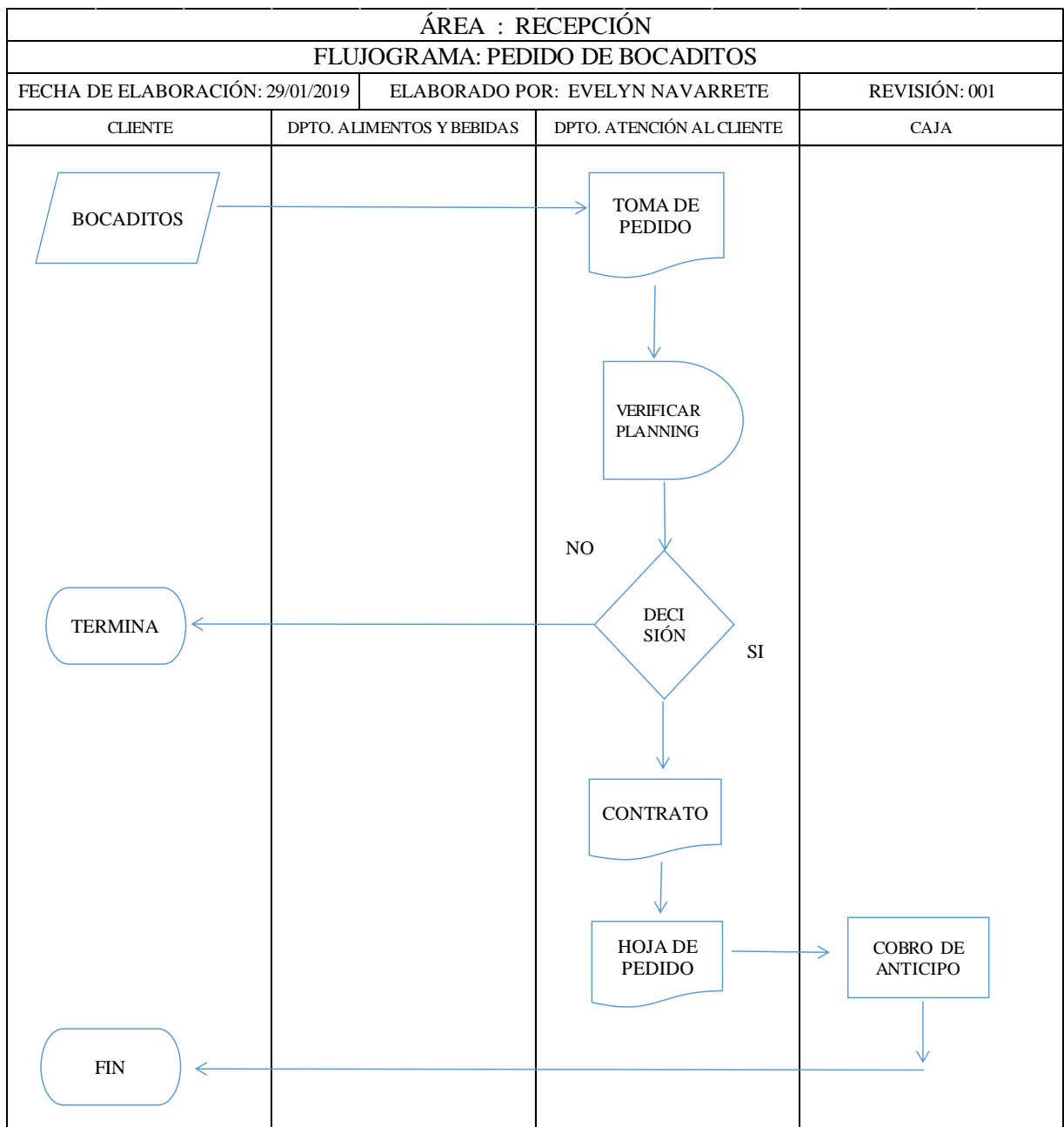
**Elaborado por:** Evelyn Navarrete

MANUAL DE FUNCIONES	
Unidad Administrativa	Ejecutivo
Cargo	Contador
Objetivo del cargo	Mantener el control de toda el área contable del establecimiento.
<b>NATURALEZA DEL PUESTO</b>	
<b>Es responsable de la gestión contable de la empresa, dar seguimiento en números de todos los ingresos y egresos.</b>	
<b>FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Dirigir la gestión contable de la empresa</b></li> <li>• <b>Verificar costos y margen de ganancia de cada una de las recetas estándar</b></li> <li>• <b>Calcular y mantener el margen de ganancia de los pedidos</b></li> <li>• <b>Llevar un sistema de inventario de materia prima e insumos</b></li> <li>• <b>Declaraciones de impuestos, cálculo de IVA, verificación de facturas</b></li> <li>• <b>Realizar otras funciones relacionadas con el puesto y que no haya sido enlistadas en este documento</b></li> </ul>	
<b>RESPONSABILIDADES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Mantener todos los procesos contables al día</b></li> <li>• <b>Mantenerse actualizado en todos los procesos contables actuales</b></li> </ul>	
<b>PERFIL</b>	
Formación	Educación Superior
Especialidad	Ingeniero en finanzas – Contador CPA
Experiencia	Mínimo 3 años de experiencia en cargos similares
<b>PERSONALES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Orden y disciplina</b></li> <li>• <b>Honestidad</b></li> <li>• <b>Capacidad de trabajar en equipo</b></li> <li>• <b>Habilidad para interrelacionarse</b></li> <li>• <b>Habilidad administrativa y experiencia contable</b></li> </ul>	

**Tabla 6:** Manual de funciones Contador

**Elaborado por:** Evelyn Navarrete

**g) Flujogramas**



**Figura 13:** Cuadro de procesos recepción y pedido del cliente  
**Elaborado por:** Evelyn Navarrete



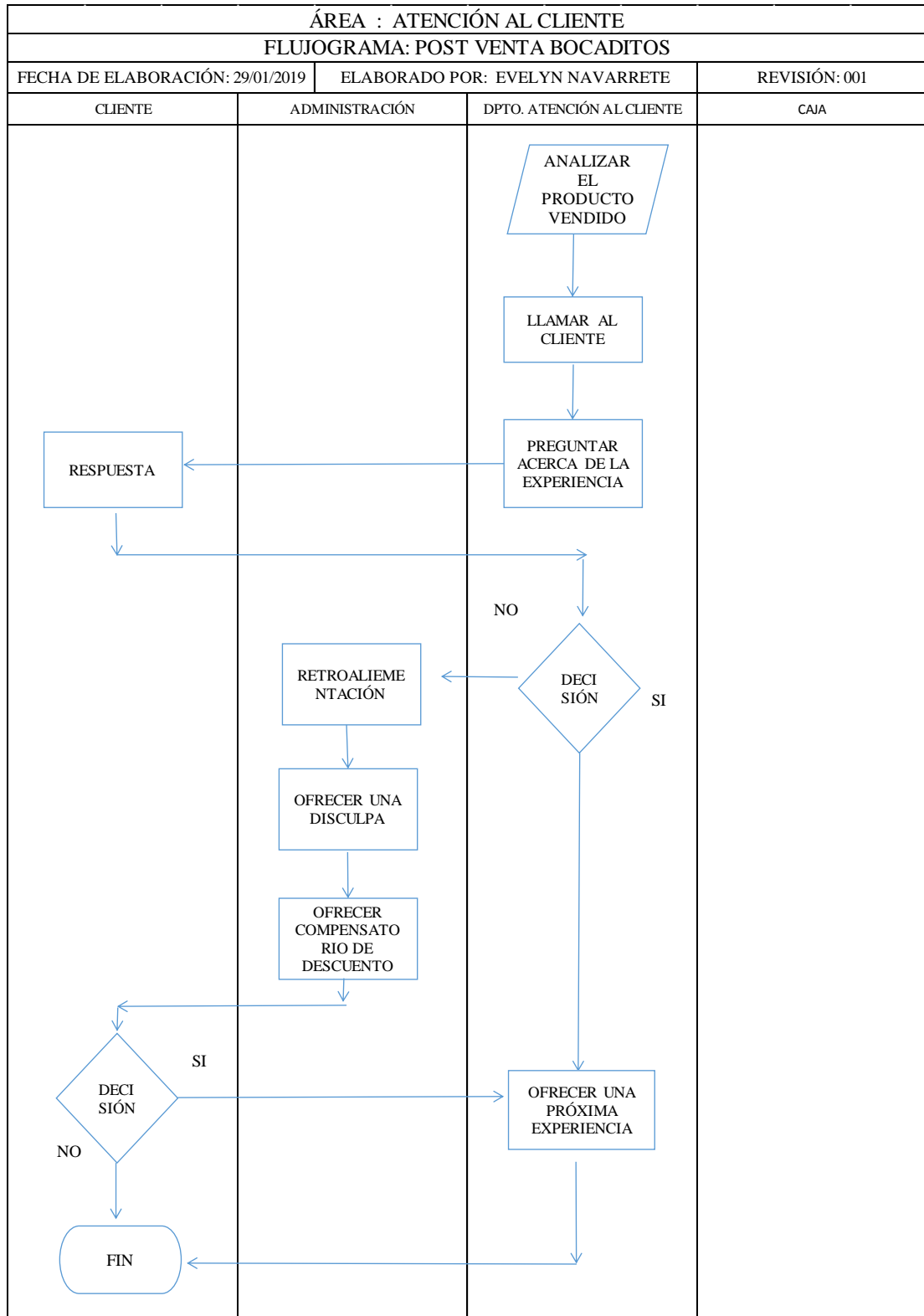


Figura 15: Cuadro de procesos Post venta

h) Documentos

Formato hoja de pedido


	<b>VICTORIA HELADERIA - CAFETERIA - CATERING</b>	
	DIRECCION: CALLE VICTORIA CASTELLO 2-40 E IGNACIO CANELOS	
	EVENTO ..... TORTA ..... BOCADITOS ..... OTROS .....	
	PEDIDO No. .... FECHA .....	
	<b>DATOS DEL CLIENTE:</b>	
	NOMBRE ..... APELLIDO ..... DIRECCIÓN ..... .....	
	TELEFONOS .....	
<b>DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:</b>		
FECHA DE ENTREGA: ..... HORA: ..... LUGAR DE ENTREGA: ..... .....		
TEMÁTICA ..... COLORES ..... .....	MOTIVO ..... SABORES ..... .....	
VALOR DEL PEDIDO ..... FORMA DE PAGO: EFECTIVO..... OBSERVACIONES: ..... .....	ABONO..... CHEQUE..... .....	SALDO..... OTRO..... .....
_____ FIRMA CLIENTE	_____ FIRMA COLABORADOR	

Figura 16: Hoja de pedido  
Elaborado por: Evelyn Navarrete

**Planning de entrega de bocaditos**

		<b>VICTORIA</b> HELADERIA - CAFETERIA - CATERING					
DIA	FEBRERO			DIA	MARZO		
1		17		1		17	
2		18		2		18	
3		19		3		19	
4		20		4		20	
5		21		5		21	
6		22		6		22	
7		23		7		23	
8		24		8		24	
9		25		9		25	
10		26		10		26	
11		27		11		27	
12		28		12		28	
13				13		29	
14				14		30	
15				15		31	
16				16			

**Figura 17: Planning de eventos**  
**Elaborado por:** Evelyn Navarrete



**CLAUSULA TERCERA: FORMA DE PAGO**

El precio acordado en la Cláusula Segunda será pagado por el CLIENTE, de la siguiente manera.

El 50% del valor total será cancelado el día de la firma de este documento, mientras que el 50% restante, deberá ser cancelado al momento de retirar el pedido de bocaditos el día acordado del establecimiento.

**CLAUSULA CUARTA: ENTREGA DE SERVICIO DE CATERING**

El presente contrato tiene valides de entrega el día \_\_\_\_\_ del mes de \_\_\_\_\_ del año 2019, a las \_\_\_\_\_ horas.

La especificación de los bocaditos como también sus cantidades, especificadas en la Cláusula Segunda, serán retiradas del establecimiento (Calle Victoria Castello 2-40 e Ignacio Canelos) por el CLIENTE.

**CLAUSULA QUINTA: CAUSALES DE RESOLUCIÓN DEL CONTRATO**

El Contrato podrá ser resuelto por el establecimiento VICTORIA HELADERIA - CAFETERIA - CATERING por las siguientes causas imputables al CLIENTE:

No brindar el servicio materia del presente contrato, en el plazo establecido, con las características y la calidad requeridas.

Efectuar el servicio en forma deficiente y que no tenga la capacidad de subsanar las deficiencias conforme a sus obligaciones.

El Contrato podrá ser resuelto por el CLIENTE, por las siguientes causas imputables al establecimiento VICTORIA HELADERIA - CAFETERIA - CATERING:

Incumplir con las obligaciones pecuniarias que le corresponde, de acuerdo a lo establecido en el presente contrato, salvo caso fortuito o de fuerza mayor.

El presente contrato quedará resuelto de pleno derecho sin constituir incumplimiento por parte del establecimiento cuando por razones de carácter presupuestal no se pueda cumplir con lo pactado con el CLIENTE.

En caso de cancelación del servicio de Catering de bocaditos por otros motivos, el CLIENTE tendrá 72 horas antes de la hora y fecha acordada de entrega para cancelar este servicio. Caso contrario, el CLIENTE perderá el 50% del valor total.

En señal de conformidad y aceptación, las partes suscriben el presente Contrato en dos (02) ejemplares de igual valor, en la ciudad de Ibarra, a los \_\_\_\_\_ días del mes de \_\_\_\_\_ del año 2019.

\_\_\_\_\_  
Sr.

CLIENTE

\_\_\_\_\_  
Sra. María José Villagrán

Gerente Adm. VICTORIA HELADERIA -  
CAFETERIA - CATERING

**Figura 19:** Contrato de servicio de Catering 2

**Elaborado por:** Evelyn Navarrete

## **vii. Propuesta Operativa**

### **a) Diseño de espacios**

#### **Planos Estructurales**

A continuación se presenta el plano actual del establecimiento y el plano del diseño físico estructural de la cocina para la implementación del servicio de catering para la Cafetería Heladería Victoria.



***PLANTA EXISTENTE***  
escala: 1:100

**Figura 20:** Plano actual del establecimiento  
 Elaborado por: Evelyn Navarrete



## Presupuesto de ampliación de la cocina

La ampliación de la cocina para el servicio de catering, tiene un área de construcción de 50 m<sup>2</sup>, (5m de frente x 10m de fondo), más 2.50 m<sup>2</sup> de los cuartos fríos y bodega; un total de área de 52.50m<sup>2</sup>.

A continuación, se presenta el presupuesto de construcción para la ampliación de la cocina.

<b>PRESUPUESTO DE AMPLIACIÓN DE COCINA</b>	
Derrocamiento de cocina	500
Excavación 8 plintos	300
Fundido de 8 plantillos	100
Fundido de 8 plintos	450
Fundido de 8 columnas 30x30	1000
Acero de refuerzo en columnas	1200
Fundido de 8 columnas	500
Enlucido de columnas	320
Masillade de piso 40m <sup>2</sup>	380
Porcelanato en piso	1100
Cubierta losa hormigon armado	2500
Enlucido de losa N+3.0	500
Instalaciones eléctricas	330
Instalaciones contra incendios	190
Instalaciones agua potable	180
Lampara de emergencia	100
Extintores 2	70
Pintura general	150
Instalación de 3 puertas	450
Instalación de 3 ventanas	300
Campana de extractor de olores	400
Fosa de agua	450
<b>TOTAL PRESUPUESTO DE AMPLIACIÓN</b>	<b>11470</b>



**Tabla 7:** Presupuesto de ampliación de cocina

**Elaborado por:** Evelyn Navarrete

## b) Equipamiento de la cocina

Un establecimiento prestador de servicios, en este caso gastronómico, obligatoriamente necesita contar con la debida instrumentación para presentar un buen producto y servicio. Para la propuesta operativa del servicio de catering de bocaditos, se ha realizado una tabla con la debida especificación y función de cada instrumento.

### Equipo de cocina

EQUIPO	FUNCIÓN	ESPECIFICACIÓN	FOTO
<b>Horno de convección</b>	Indispensable para hornear bocaditos	Horno industrial de convección IMPERIAL ICVE de fabricación americana; con capacidad para albergar entre 5 y 12 latas; unidad provista de cinco repisas. Operación eléctrica con capacidad de calentamiento de 70.000 BTU.	
<b>Cocina</b>	Indispensable para preparar los diferentes platos y bocaditos	Cocina industrial IMPERIAL IR-6 de fabricación americana; operación a gas con seis hornillas abiertas con capacidad de calentamiento de 28.000 BTU, parrillas de hierro fundido de 30 x 30 cm.; con horno de 35.000 BTU y control termostático de temperatura entre 150 a 500°F.	





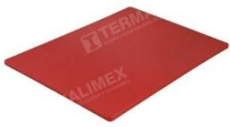

<b>Refrigeradora</b>	Ideal para almacenar bocaditos o preparaciones	Whirlpool Refrigerador Side by Side con dispensador 504 L WRS49AKTWK	
<b>Congelador</b>	Almacenamiento y enfriamiento de manera rápida para su montaje	Congelador horizontal Dual con llaves y ruedas Electrolux	
<b>Mesa de trabajo</b>	Apoyo principal a la hora de realizar bocaditos	Profesional de acero inoxidable	
<b>Freidora</b>	Freidora de alimentos	Freidora industrial IMPERIAL IFS-40 de fabricación americana; capacidad para 40 lbs. de grasa; canastilla doble de alambre cromado; a gas; capacidad de calentamiento 105.000 BTU.	

**Tabla 8:** Equipo de cocina  
**Fuente:** (Termalimex, 2018) (Sukasa, 2019)  
**Elaborado por:** Evelyn Navarrete






<b>EQUIPOS DE COCINA Y ELECTRODOMÉSTICOS</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Cocina Industrial	1	3428,57	3.428,57
Freidora	1	1469,66	1.469,66
Horno de convección	1	6216,48	6.216,48
Congelador	1	479,59	479,59
Refrigerador	1	1490,39	1.490,39
Mesa de acero inoxidable	1	230	230,00
<b>TOTAL</b>			<b>13.314,69</b>


**Tabla 9:** Precio de equipo de cocina  
**Fuente:** (Termalimex, 2018) (Sukasa, 2019)  
**Elaborado por:** Evelyn Navarrete

## Equipo batería de cocina

<b>EQUIPO</b>	<b>FUNCIÓN</b>	<b>ESPECIFICACIÓN</b>	<b>FOTO</b>
Batidora eléctrica	Batir de manera constante una prelación.	Batidora semi-industrial de fabricación americana; KITCHEN AID control de 10 velocidades; motor de 575 watts	
Licuadaora	Mezclar y triturar los alimentos de forma eficaz	Licuadaora KITCHEN AID KSB1575WH; potencia 0.9hp.; capacidad 60onz; contenedor de policarbonato; 5 velocidades	
Microondas	Calentar alimentos	Microondas Inverter acero inoxidable 1.6' 1200W Panasonic	
Rodillo	para aplanar masas	Rodillo de madera	
Tablas de picar	Superficie en donde cortar alimentos	Tabla de picar HALCO 57361505 de 38.1 x 50.8 x 1.3 cm	
Cuencos o bowls	Excelente para mezclar	Tazón HALCO S771 fabricado de acero inoxidable	

Moldes	Para estandarizar tamaño y apariencia	Varios materiales, de silicona, metal y de plástico	
Tapete de silicona	Permite que no se adieran los alimentos a la hora de hornear	Esterilla antiadherente MATFER 321000. Dimensiones 40 x 30 cm.	
Bandejas de latas	Almacenar, colocar y hornear preparaciones	Diferentes tañamos de acuerdo a la necesidad	
Mangas pasteleras	Decoración	Manga pastelera HALCO 5712512 fabricada de nylon de 22.9 x 33 cm.	
Boquillas para manga pastelera	Decoración varios diseños	Varios tipos de diseños	
Espátula	cocción, mezcla y decoración	De acero inoxidable	
Sacabocados	Extracción de alimentos en forma circular	Sacabocado doble VICTORINOX 7.6163 de fabricación suiza; diámetros 22 y 25 mm	
Juego de cuchillos	Cortar alimentos	Cuchillos de acero inoxidable TRAMONTINA mango plástico	

Ollas y sartenes	Para cocción de alimentos	<p>Sartén teflón MATFER 665120); diámetro 20 cm.</p> <p>Olla HALCO; 5724014; fabricado en acero inoxidable; de 20qt de capacidad</p>	
Tamices y coladores	Cernir o calar sustancias solidas de las liquidas	Colador HALCO 19198; malla media de acero inoxidable; diámetro 19.5 cm.; mango de madera	
Paleta pastelera de goma	Recoger todos los alimentos sin desperdicio	Cuchara SILIKOMART ACC028/BI; color blanca; 25;5 cm	
Cucharas de medida	Medir cantidades exactas	Cucharas de medidas HALCO 2316EH fabricadas en acero inoxidable de medidas 1/4; 1/2; 1 cuchara de té; 1 cuchara de mesa	
Cucharon	Coger sustancias liquidas	Cucharon TRAMONTINA; 25127/100	

Pinzas	Ideal para sujetar alimentos	Pinza utilitaria HALCO 3507 estándar fabricada de acero inoxidable de 17.8 cm. de longitud	
--------	------------------------------	--	---

**Tabla 10:** Equipo batería de cocina  
**Fuente:** (Termalimex, 2018) (Sukasa, 2019)  
**Elaborado por:** Evelyn Navarrete

INSTRUMENTOS DE COCINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Batidoras	2	397,44	794,88
Licuadoras	2	206,15	412,30
Microondas	1	255,59	255,59
Bandejas de lata	3	10,18	30,54
Coladores	3	5,37	16,11
Paleta pastelera de goma	3	4,24	12,72
Cucharas de medida	1	2,98	2,98
Cucharon	3	1,51	4,53
Cuchillo carnicero	2	5,42	10,84
Cuchillo deshuesador	2	4,1	8,20
Cuchillo puntilla	2	2,12	4,24
Espátula	2	7,05	14,10
Tapete de silicona	3	19,48	58,44
Manga pastelera	3	5,08	15,24
Moldes cuadrado de silicola	1	8,56	8,56
Moldes brocheta de silicola	1	10,15	10,15
Pinzas	3	1,63	4,89
Sacabocados	1	14,62	14,62
Tabla para cortes	3	24,26	72,78
Bowls o tazones	3	3,33	9,99
Sartenes	2	33,11	66,22
Olla	2	165,65	331,30
Boquillas decoración	2	6,99	13,98
Rodillo	1	22,99	22,99
<b>TOTAL</b>			<b>2.196,19</b>

**Tabla 11:** Precio de equipo batería de cocina  
**Fuente:** (Termalimex, 2018) (Sukasa, 2019)  
**Elaborado por:** Evelyn Navarrete

### Cuadro de Inversión de la propuesta de investigación

<b>INVERSIÓN DE SERVICIO DE CATERING</b>	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR</b>
Equipo de cocina	12.350,88
Ampliación de cocina	11.470,00
<b>VALOR TOTAL</b>	<b>23.820,88</b>

**Tabla 12:** Inversión total de la propuesta  
**Elaborado por:** Evelyn Navarrete

El costo de inversión para la propuesta de ampliación del servicio de catering en la Cafetería Heladería Victoria, ubicada en la ciudad de Ibarra, es de \$23 820, 88.

#### c) **Recetas Estándar**

A continuación, se presenta las recetas estándar para la propuesta de bocaditos del servicio de Catering para la Heladería cafetería Catering Victoria.



**VICTORIA  
HELADERIA - CAFETERIA - CATERING**



DIRECCION: CALLE VICTORIA  
CASTELLO 2-40 EIGNACIO CANELOS

**RECETA ESTÁNDAR # 1**

<b>NOMBRE DEL PLATO: Queso de piña</b>				<b>Porción Estándar (g.): 40 g</b>	<b>No-PAX: 30</b>						
CANTIDAD	Unidad de Medida	PRODUCTO	Costo Uni.	Costo Total	FOTO						
250	g	Piña	0,0020	0,5							
80	g	Azúcar	0,0019	0,15							
15	g	Gelatina sin Sabor	0,0267	0,4							
250	g	Chantipak	0,0090	2,25							
100	g	Mermelada de piña	0,0075	0,75							
			COSTO TOTAL:	4,05							
			COSTO PORCIÓN:	0,135							
PROCEDIMIENTO			ÁREA	TIEMPO PREPARACIÓN (minutos)				Otro			
1.- Cortar la piña en brunoise			FRÍA <input checked="" type="checkbox"/> CALIENTE <input type="checkbox"/>	5	15	20	30	45	60	6	H.
2.- Cocinar la piña con azúcar durante 15 minutos			GRADO DE DIFICULTAD: Baja <input type="radio"/> Media <input checked="" type="radio"/> Alta <input type="radio"/>								
3.- Retirar y colocar una cucharada en los moldes			INSTRUMENTACIÓN								
4.- Hidratar la gelatina sin sabor y reservar			1.- Kitchen			6.- cucharea de palo					
5.- Batir la chantipak y agregar la gelatina sin sabor			2.- Balanza eléctrica								
6.- Colocar en los moldes y refrigerar durante 30 minutos			3.- Moldes plásticos								
7.- Decorar con mermelada de piña y servir			4.- Posillero								
			5.- Cacerola								

**Figura 22:** Receta Estándar 1  
**Elaborado por:** Evelyn Navarrete









## VICTORIA HELADERIA - CAFETERIA - CATERING

DIRECCION: CALLE VICTORIA  
CASTELLO 2-40 E IGNACIO CANELOS



### RECETA ESTÁNDAR # 5

<b>NOMBRE DEL PLATO: Tortaleta bretona de mortiño</b>				<b>Porción Estándar (g.): 60 g</b>	<b>No-PAX: 30</b>
CANTIDAD	Unidad de Medida	PRODUCTO	Costo Uni.	Costo Total	FOTO
500	g	Mantequilla	0,003	1,30	
250	g	Azúcar Impalpable	0,003	0,65	
120	g	Yemas	0,005	0,60	
600	g	Harina	0,001	0,70	
10	g	polvo de hornear	0,017	0,17	
5	g	Sal	0,006	0,03	
454	g	Mortiño	0,003	1,30	
200	g	Azucar	0,002	0,30	
1000	g	Crema pastelera	0,005	5	
				COSTO TOTAL:	
				COSTO PORCIÓN:	0,335
<b>PROCEDIMIENTO</b>			<b>ÁREA</b>		<b>TIEMPO PREPARACIÓN (minutos)</b>
1.-Cremar la mantequilla con azucar impalpable 2.- Añadir las yemas y batir 3.- Añadir la harina y el polvo para hornear, refrigerar durante 15 minutos 5.- Retirar y estirar la masa, colocar en los moldes y hornear 6.- Coulis: mortiños: limpiar los mortiños y reservar alguno 7.- Licuar los mortiños con un poco de agua 8.- Tamisar y colocar en una cacerola y llevar al fuego, agregar la azucar 9.- Retirar y colocar en la parte superior de la crema pastelera, adornar c			FRÍA <input checked="" type="checkbox"/> CALIENTE <input type="checkbox"/>		5 15 20 30 <b>45</b> 60 <input type="checkbox"/> H.
			<b>GRADO DE DIFICULTAD:</b> Baja <input type="radio"/> Media <input checked="" type="radio"/> Alta <input type="radio"/>		
<b>INSTRUMENTACIÓN</b>					
		1.- Kitchen	6.- cucharea de palo		
		2.- Balanza eléctrica	7.- Licuadora		
		3.- Moldes			
		4.- Posillero			
		5.- Cacerola			

**Figura 26:** Receta Estándar 5  
**Elaborado por:** Evelyn Navarrete

		<b>VICTORIA</b> <b>HELADERIA - CAFETERIA - CATERING</b>			
<small>HELADERIA - CAFETERIA - CATERING</small>		<small>DIRECCION: CALLE VICTORIA</small> <small>CASTELLO 2-40 E IGNACIO CANELOS</small>		<small>HELADERIA - CAFETERIA - CATERING</small>	
<b>RECETA ESTÁNDAR # 6</b>					
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b> Chesse cake de maracuya				<b>Porción Estándar (g.):</b> 40 g	<b>No-PAX:</b> 30
CANTIDAD	Unidad de Medida Unidad de Medida	PRODUCTO	Costo Uni. Costo Uni.	Costo Total	FOTO
200 g		Galleta maria	0,004	0,80	
100 g		Mantequilla	0,005	0,50	
250 ml		Crema de leche	0,006	1,50	
150 g		Pulpa de maracuya	0,004	0,60	
450 g		Leche condensada	0,006	2,50	
15 g		Gelatina sin sabor	0,020	0,30	
150 g		Maracuya	0,003333333	0,50	
100 g		Azucar	0,002	0,20	
				COSTO TOTAL:	6,90
				COSTO PORCIÓN:	0,23
<b>PROCEDIMIENTO</b>			<b>ÁREA</b> FRÍA <input checked="" type="checkbox"/> CALIENTE <input type="checkbox"/>		<b>TIEMPO PREPARACIÓN (minutos)</b> Otro
1.- Triturar las galletas maria, derretir la mantequilla y añadir			<input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 15 <input type="checkbox"/> 20 <input checked="" type="checkbox"/> 30 <input type="checkbox"/> 45 <input type="checkbox"/> 60 <input type="checkbox"/> 1 H.		
2.- Mover en forma envolvente			<b>GRADO DE DIFICULTAD:</b> Baja <input type="radio"/> Media <input checked="" type="radio"/> Alta <input type="radio"/>		
3.- Colocar de base en los moldes y refrigerar durante 15 minutos			<b>INSTRUMENTACIÓN</b>		
4.- Llicuar la crema de leche, pulpa de maracuya y la leche condensada hidratar la gelatina sin sabor y añadir a la preparacion			1.- Bol		
5.- Retirar los moldes, verter la preparación y refrigerar			2.- Kitchen		
6.- Coulis de maracuya: colocar en una cacerola la maracuya, añadir azucar y llevar al fuego			4.- Cacerola		
7.- Mover constantemente, retirar y dejar enfriar			5.- Moldes		
8.- Decorar el cheese cake y servir					

**Figura 27:** Receta Estándar 6  
**Elaborado por:** Evelyn Navarrete



## VICTORIA HELADERIA - CAFETERIA - CATERING



DIRECCION: CALLE VICTORIA  
CASTELLO 2-40 EIGNACIO CANELOS

### RECETA ESTÁNDAR # 7

<b>NOMBRE DEL PLATO: Postre de chocolate</b>				<b>Porción Estándar (g.): 40 g</b>	<b>No-PAX:</b>	<b>30</b>			
CANTIDAD	Unidad de Medida	PRODUCTO	Costo Uni.	Costo Total	FOTO				
500	g	Barra de chocolate	0,005	2,50					
250	g	Margarina	0,002	0,50					
20	g	Esencia de vainilla	0,020	0,40					
600	g	Miel de maiz	0,002	1,00					
10	g	Nueces	0,025	0,25					
5	g	Sal	0,006	0,03					
454	g	Mortiño	0,003	1,30					
200	g	Azucar	0,002	0,40					
			COSTO TOTAL:	6,38					
			COSTO PORCIÓN:	0,212666667					
PROCEDIMIENTO				ÁREA	TIEMPO PREPARACIÓN (minutos)				
1.- Derretir a baño maría el chocolate, 2.- Derretir la Margarina en el microondas, y añadir sobre el chocolate 3.- Añadir la esencia de vainilla y la miel, cortar las nueces en trozos pequeños, colocar en un recipiente la harina, el cacao en polvo y el azúcar, batir las claras a punto de nieve e incorporar la mezcla del recipiente, agregar la mezcla al chocolate derretido y la nueces picadas mezclar hasta que todos los ingredientes se incorporen, colocar la mezcla en la lata, en un recipiente colocar el queso crema y la azúcar impalpable y batir con la varilla hasta que se forme una masa, hacer canales sobre la masa de chocolate y bertir, hornear durante 20 minutos				FRÍA <input checked="" type="checkbox"/> CALIENTE <input type="checkbox"/>	5 15 20 30 45 60 6 H.				
				GRADO DE DIFICULTAD: Baja <input type="radio"/> Media <input checked="" type="radio"/> Alta <input type="radio"/>			INSTRUMENTACIÓN		
				1.- Kitchen		6.- Cuchara de palo		7.- Espatula de goma	
2.- Balanza eléctrica		3.- Lata		8.- Microondas					
4.- Posillero		5.- Cacerola							

**Figura 28:** Receta Estándar 7  
**Elaborado por:** Evelyn Navarrete



## VICTORIA HELADERIA - CAFETERIA - CATERING

DIRECCION: CALLE VICTORIA  
CASTELLO 2-40 EIGNACIO CANELOS



### RECETA ESTÁNDAR # 8

<b>NOMBRE DEL PLATO:</b> Tortaleta de fresas				<b>Porción Estándar (g.):</b> 60 g	<b>No-PAX:</b> 30
CANTIDAD	Unidad de Medida	PRODUCTO	Costo Uni.	Costo Total	FOTO
500	g	Mantequilla	0,003	1,30	
250	g	Azúcar Impalpable	0,003	0,65	
120	g	Yemas	0,005	0,60	
600	g	Harina	0,001	0,70	
10	g	polvo de hornear	0,017	0,17	
5	g	Sal	0,006	0,03	
454	g	Fresas	0,003	1,50	
200	g	Azucar	0,002	0,30	
1000	g	Crema pastelera	0,005	5	
			COSTO TOTAL:	10,25	
			COSTO PORCIÓN:	0,341666667	
PROCEDIMIENTO			<b>ÁREA</b> FRÍA <input checked="" type="checkbox"/> CALIENTE <input type="checkbox"/>		
1.-Cremar la mantequilla con el azucar impalpable 2.- Añadir las yemas 3.- Batir 4.- Añadir la harina y el polvo para hornear, refrigerar durante 15 minutos 5.- Retirar y estirar la masa, colocar en los moldes y hornear 6.- Coulis: cortar las fresas y reservar algunas para decorar 7.- Licuar las fresas con un poco de agua 8.- Tamisar y colocar en una cacerola y llevar al fuego, agregar la azucar 9.- Retirar y colocar la crema pastelera, en la parte superior adornar con las fresas.			<b>TIEMPO PREPARACIÓN (minutos)</b> 5 15 20 30 <b>45</b> 60 Otro 6 H.		
			<b>GRADO DE DIFICULTAD:</b> Baja <input type="radio"/> Media <input checked="" type="radio"/> Alta <input type="radio"/>		
			INSTRUMENTACIÓN		
			1.- Kitchen	6.- cuchara de palo	
			2.- Balanza eléctrica	7.- Licuadora	
			3.- Moldes		
			4.- Posillero		
			5.- Cacerola		

**Figura 29:** Receta Estándar 8  
**Elaborado por:** Evelyn Navarrete



## VICTORIA HELADERIA - CAFETERIA - CATERING

DIRECCION: CALLE VICTORIA  
CASTELLO 2-40 E IGNACIO CANELOS



### RECETA ESTÁNDAR # 9

<b>NOMBRE DEL PLATO: Croqueta de papa rellena de queso</b>				<b>Porción Estándar (g.): 30 g</b>		<b>No-PAX:</b>	<b>30</b>					
CANTIDAD	Unidad de Medida	PRODUCTO	Costo Uni.	Costo Total	FOTO							
500	g	Papa chola	0,0010	0,5								
5	g	Sal	0,0060	0,03								
3	g	Pimienta	0,0167	0,05								
150	ml	Queso mozzarella	0,0067	1								
100	g	Harina	0,0020	0,2								
70	g	Huevo	0,0021	0,15								
100	g	Apanadura	0,0070	0,70								
200	g	Aceite	0,0023	0,45								
			<b>COSTO TOTAL:</b>	<b>3,08</b>								
			<b>COSTO PORCIÓN:</b>	<b>0,102666667</b>								
PROCEDIMIENTO				ÁREA	TIEMPO PREPARACIÓN (minutos)							
1.- Pelar y cortar la papa por la mitad				FRÍA <input checked="" type="checkbox"/> CALIENTE <input type="checkbox"/>	5	15	20	30	45	60	6	H.
2.- Cocinar la papa				GRADO DE DIFICULTAD: Baja <input type="radio"/> Media <input checked="" type="radio"/> Alta <input type="radio"/>								
3.- Retirar y aplastar las papas				INSTRUMENTACIÓN								
4.- Añadir sal, pimienta y margarina				1.- Bowl			6.- Platos					
5.- Formar las bolitas y hacer un hueco en el medio para colocar el queso y sellarla				2.- Sartén								
6.- Pasar por harina, huevo y apanadura				3.- Posillero								
7.- Freir la croqueta y retirar				4.- Cacerola								
8.- Salsa rosada: mezclar la mayonesa y la salsa de tomate				5.- Pasa pure								
9.- Acompañar con las croquetas												

**Figura 30:** Receta Estándar 9  
**Elaborado por:** Evelyn Navarrete




## VICTORIA HELADERIA - CAFETERIA - CATERING



DIRECCION: CALLE VICTORIA  
CASTELLO 2-40 EIGNACIO CANELOS

### RECETA ESTÁNDAR # 10

<b>NOMBRE DEL PLATO: Pan buffet</b>				<b>Porción Estándar (g.): 60 g</b>	<b>No-PAX:</b>	<b>30</b>					
CANTIDAD	Unidad de Medida	PRODUCTO	Costo Uni.	Costo Total	FOTO						
1000	g	Harina	0,0008	0,81							
80	g	Azucar	0,0011	0,088							
20	g	Sal	0,0010	0,02							
625	ml	Agua	0,0007	0,45							
60	g	Levadura fresca	0,0098	0,59							
100	g	Margarina	0,0030	0,3							
180	g	Huevos	0,0028	0,50							
240	g	Aceite	0,0021	0,5							
				<b>COSTO TOTAL:</b>	<b>3,258</b>						
				<b>COSTO PORCIÓN:</b>	<b>0,1086</b>						
PROCEDIMIENTO				ÁREA	TIEMPO PREPARACIÓN (minuto s) <span style="float: right;">Otro</span>						
1.- Mezclar la harina con la azucar, y la sal				FRÍA <input checked="" type="checkbox"/> CALIENTE <input type="checkbox"/>	5	15	20	30	45	60	6 H.
2.- Entibiar agua y activar la levadura				GRADO DE DIFICULTAD: Baja <input type="radio"/> Media <input checked="" type="radio"/> Alta <input type="radio"/>							
3.- Agregar la levadura				INSTRUMENTACIÓN							
4.- Añadir la margarina y los huevos				1.- Bowl							
5.- Agregar el aceite y amazar hasta que se integren todos los ingredientes				2.- Lata							
6.- Dejar reposar durante 10 minutos				3.- Posillero							
7.- Pesar la masa de 20gramos cada bolita				4.- Horno							
8.- Bolear y colocar en la lata, pintan con huevo y añadir				5.- Pesa							
9.- Dejar leudar la masa durante 15 minutos y hornear											

**Figura 31:** Receta Estándar 10  
**Elaborado por:** Evelyn Navarrete

		<b>VICTORIA</b> <b>HELADERIA - CAFETERIA - CATERING</b>				
		DIRECCION: CALLE VICTORIA CASTELLO 2-40 E IGNACIO CANELOS				
<b>RECETA ESTÁNDAR # 11</b>						
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b> Mini hamburguesa				<b>Porción Estándar (g.):</b> 60 g	<b>No-PAX:</b>	<b>30</b>
CANTIDAD	Unidad de Medida	PRODUCTO	Costo Uni.	Costo Total	FOTO	
200	g	Carne molida	0,0100	2,00		
5	g	Sal	0,0100	0,05		
3	g	Pimienta	0,0167	0,05		
30	g	Mostaza	0,0067	0,2		
70	g	Huevo	0,0021	0,15		
200	ml	Aceite	0,0020	0,40		
180	g	Tomate	0,0022	0,4		
80	g	Lechuga	0,0025	0,2		
600	g	Pan	0,0050	3		
100	g	Mayonesa	0,006	0,6		
100	g	Salsa de tomate	0,006	0,6		
			COSTO TOTAL:	7,65		
			COSTO PORCIÓN:	0,255		
<b>PROCEDIMIENTO</b>			<b>ÁREA</b>		<b>TIEMPO PREPARACIÓN (minutos)</b>	
1.- Colocar la carne molida en un recipiente			FRÍA <input checked="" type="checkbox"/> CALIENTE <input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 15 <input type="checkbox"/> 20 <input checked="" type="checkbox"/> 30 <input type="checkbox"/> 45 <input type="checkbox"/> 60 <input type="checkbox"/> 6 H.	
2.- Condimentar con sal pimienta y un toque de mostaza			GRADO DE DIFICULTAD: Baja <input type="radio"/> Media <input checked="" type="radio"/> Alta <input type="radio"/>			
3.- Añadir el huevo y mezclar						
4.- Formar bolitas y con ayuda de las palmas de la manos aplastarla			<b>INSTRUMENTACIÓN</b>			
5.- Freir y reservar			1.- Bowl		6.- Cuchillo	
6.- Cortar el tomate en media luna y la lechuga en trozos pequeños			2.- Sartén		7.- Cuchillo para pan	
7.- Cortar el pan por la mitad y colocar la mayonesa, salsa de tomate lechuga, tomate, y carne			3.- Cuchara de palo			
			4.- Pinsa			
			5.- Tabla			

**Figura 32:** Receta Estándar 11  
**Elaborado por:** Evelyn Navarrete




**VICTORIA**  
**HELADERIA - CAFETERIA - CATERING**

DIRECCION: CALLE VICTORIA  
CASTELLO 2-40 E IGNACIO CANELOS



**RECETA ESTÁNDAR # 12**

<b>NOMBRE DEL PLATO: Mini arepas</b>				<b>Porción Estándar (g.): 20 gr</b>	<b>No-PAX: 25</b>
CANTIDAD	Unidad de Medida	PRODUCTO	Costo Uni.	Costo Total	FOTO
56	gr	Harina	0,016339286	0,92	
15	gr	Azúcar	0,001333333	0,02	
10	gr	Pollo para hornear	0,0175	0,18	
22	gr	Levadura fresca	0,009090909	0,20	
350	gr	Margarina	0,002642857	0,93	
175	gr	Huevos	0,003428571	0,60	
450	ml	Agua	0,0008	0,36	
40	gr	Queso mozzarella	0,008375	0,34	
125	gr	Queso picado	0,00452	0,57	
125	gr	Queso crema	0,0092	1,15	
			<b>COSTO TOTAL:</b>	<b>5,245</b>	
			<b>COSTO PORCIÓN:</b>	<b>0,2098</b>	
<b>PROCEDIMIENTO</b>					
1.- En un Bowl colocar los ingredientes solidos y luego los líquidos. 2.- Agregar el agua tibia para que la levadura se active. 3.- Mesclar todos los ingredientes, amasar y dejar leudar la mas. 4.- Pesar la masa. 5.- Colocar la masa pesada en una lata para hornear. 6.- Hornear a 180 °C durante 20 minutos. 7.- Sacar del horno, dejar enfriar y servir.			<b>ÁREA</b> FRÍA <input checked="" type="checkbox"/> CALIENTE <input type="checkbox"/>		<b>TIEMPO PREPARACIÓN (minutos)</b> <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 15 <input type="checkbox"/> 20 <input checked="" type="checkbox"/> 30 <input type="checkbox"/> 45 <input type="checkbox"/> 60 <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/> 6 H.
			<b>GRADO DE DIFICULTAD:</b> Baja <input type="radio"/> Media <input checked="" type="radio"/> Alta <input type="radio"/>		
<b>INSTRUMENTACIÓN</b>					
			1.- Bowl.		
			2.- Balanza.		
			3.- Horno		
			4.- Latas para hornear.		

**Figura 33:** Receta Estándar 12  
**Elaborado por:** Evelyn Navarrete




## VICTORIA HELADERIA - CAFETERIA - CATERING



DIRECCION: CALLE VICTORIA  
CASTELLO 2-40 EIGNACIO CANELOS

### RECETA ESTÁNDAR # 13

<b>NOMBRE DEL PLATO: Mini empanadas de verde</b>				<b>Porción Estándar (g.): 40 gr</b>		<b>No-PAX:</b>	<b>30</b>
CANTIDAD	Unidad de Medida	PRODUCTO	Costo Uni.	Costo Total	FOTO		
750	g	Platano verde	0,0020	1,50			
70	g	Cebolla perla	0,0029	0,20			
60	g	Pimiento verde	0,0017	0,10			
80	g	Pimiento rojo	0,0038	0,3			
60	ml	Aceite de achiote	0,0050	0,30			
200	g	Carne molida	0,0100	2,00			
5	g	Sal	0,0100	0,05			
3	g	Pimienta	0,0167	0,05			
250	ml	Aceite	0,002	0,5			
				<b>COSTO TOTAL:</b>			
				<b>COSTO PORCIÓN:</b>			<b>0,166666667</b>
PROCEDIMIENTO				ÁREA	TIEMPO PREPARACIÓN (minutos)		
1.- Pelar los verdes y cortar en rodajas 2.- Cocinar los verdes 3.- Moler los verdes con la kitchen 5.- Estirar la masa con un bolillo y cortar 6.- Relleno: Cortar cebolla perla, pimiento verde y rojo en fino bronoise 7.- Precalentar el sartén añadir un toque achiote, colocar la cebolla y los pimientos, añadir la carne molida y mover constantemente 8.- Condimentar con sal, pimienta y retirar 9.- Colocar le relleno en medio de la masa y cerrar la empanada 10.- Freir las empanadas y acompañar con aji				FRÍA <input checked="" type="checkbox"/> CALIENTE <input type="checkbox"/>	5 15 20 <b>30</b> 45 60 <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/> 6 H.		
				GRADO DE DIFICULTAD: Baja <input type="radio"/> Media <input checked="" type="radio"/> Alta <input type="radio"/>			
				INSTRUMENTACIÓN			
				1.- Bowl	5. Bolillo		
				2.- Cacerola	6. Kitchen		
				3.- Cuchara de palo	7. Cuchillos		
				4.- Pinsa			

**Figura 34:** Receta Estándar 13  
**Elaborado por:** Evelyn Navarrete



**VICTORIA**  
**HELADERIA - CAFETERIA - CATERING**

DIRECCION: CALLE VICTORIA  
CASTELLO 2-40 E IGNACIO CANELOS



**RECETA ESTÁNDAR # 14**

<b>NOMBRE DEL PLATO: Canapes de atún</b>				<b>Porción Estándar (g.): 40 gr</b>	<b>No-PAX: 30</b>							
CANTIDAD	Unidad de Medida	PRODUCTO	Costo Uni.	Costo Total	FOTO							
250	g	Pan sin corteza	0,0044	1,10								
500	g	Atún	0,0090	4,5								
10	g	Mayonesa	0,0600	0,6								
10	g	Cebollin	0,0050	0,05								
				COSTO TOTAL:	6,25							
				COSTO PORCIÓN:	0,208333333							
PROCEDIMIENTO			ÁREA	TIEMPO PREPARACIÓN (minutos)								
1.- Cortar en circulos el pan			FRÍA <input checked="" type="checkbox"/> CALIENTE <input type="checkbox"/>	5	15	20	30	45	60	Otro	6	H.
2.- Sacar el atún de la lata y colocarlo en un recipiente			GRADO DE DIFICULTAD: Baja <input type="radio"/> Media <input checked="" type="radio"/> Alta <input type="radio"/>									
3.- Agregar la mayonesa y mezclar			<b>INSTRUMENTACIÓN</b> 1.- Bowl 2.- Grill 3.- Cuchara de palo 4.- Pinsa 5. Cortador									
4.- Cortar cebollin finamente y agregar a la preparación												
5.- Colocar el pan en el grill dos minutos por lado												
6.- Retirar y colocar la preparacion												

**Figura 35:** Receta Estándar 14  
**Elaborado por:** Evelyn Navarrete



		<b>VICTORIA</b> <b>HELADERIA - CAFETERIA - CATERING</b>						
		DIRECCION: CALLE VICTORIA CASTELLO 2-40 E IGNACIO CANELOS						
<b>RECETA ESTÁNDAR # 16</b>								
<b>NOMBRE DEL PLATO: Volován de pollo</b>					<b>Porción Estándar (g.): 40 gr</b>	<b>No-PAX:</b>	<b>30</b>	
CANTIDAD	Unidad de Medida	PRODUCTO	Costo Uni.	Costo Total	FOTO			
250	g	Hojaldre	0,0128	3,20				
800	g	Pollo	0,0056	4,45				
5	g	Sal	0,0060	0,03				
3	g	Pimienta	0,0167	0,05				
70	g	Pimiento rojo	0,0043	0,30				
50	g	Pimiento verde	0,0020	0,10				
30	g	Margarina	0,0067	0,2				
100	g	Mayonesa	0,0060	0,6				
				COSTO TOTAL: 8,93				
				COSTO PORCIÓN: 0,297666667				
<b>PROCEDIMIENTO</b>					<b>TIEMPO PREPARACIÓN (minutos)</b>			
1. Precalentar el horno a una temperatura de 180°C 2.- Estirar el hojaldre y colocar en los anillos y hacer un hueco en el medio y hornear durante 15 minutos y retirar 3.- Cocer la pechuga de pollo con un poco de sal y pimienta y retirar, desilachar en tiras pequeñas, cortar el pimiento rojo y verde en fine brunoise precalentar el sartén agregar la margarina 4.- Añadir los pimientos y el pollo 5.- Retirar y mezclar con la mayonesa 6.- Colocar en el volovan y servir					<b>ÁREA</b> FRÍA <input checked="" type="checkbox"/> CALIENTE <input type="checkbox"/>			5 15 20 30 45 60 6 H.
					GRADO DE DIFICULTAD: Baja <input type="radio"/> Media <input checked="" type="radio"/> Alta <input type="radio"/>			<b>INSTRUMENTACIÓN</b>
					1.- Bowl	6.- Silpa		
					2.- Bolillo	7. Sartén		
					3.- Moldes para tartaletas	8.- Palillos		
					4.- Licuadora			
					5.- Lata			

**Figura 37:** Receta Estándar 16  
**Elaborado por:** Evelyn Navarrete



## VICTORIA HELADERIA - CAFETERIA - CATERING



DIRECCION: CALLE VICTORIA  
CASTELLO 2-40 E IGNACIO CANELOS

### RECETA ESTÁNDAR # 17

<b>NOMBRE DEL PLATO: Bocaditos de carne</b>				<b>Porción Estándar (g.): 30 gr</b>	<b>No-PAX: 20</b>
CANTIDAD	Unidad de Medida	PRODUCTO	Costo Uni.	Costo Total	FOTO
70	g	Cebolla perla	0,0029	0,20	
30	g	Margarina	0,0083	0,25	
15	g	Pasta de ajo	0,0100	0,15	
200	g	Carne molida	0,0100	2	
70	g	Huevo	0,0021	0,15	
30	g	Mostaza	0,0083	0,25	
100	g	Harina	0,0012	0,3	
250	ml	Aceite	0,033333333	0,5	
15	u	Palillos		0,15	
				COSTO TOTAL:	
				COSTO PORCIÓN:	0,1975
PROCEDIMIENTO					
1.- Corta la cebolla en fine brunoise		<b>ÁREA</b>		<b>TIEMPO PREPARACIÓN (minutos)</b>	
2.- Precalenta el sartén, agregar la margarina y la cebolla		FRÍA <input checked="" type="checkbox"/> CALIENTE <input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 15 <input type="checkbox"/> 20 <input checked="" type="checkbox"/> 30 <input type="checkbox"/> 45 <input type="checkbox"/> 60 <input type="checkbox"/> 6 H.	
3.- Añadir la pasta de ajo y mover hasta que se cristalice la cebolla		GRADO DE DIFICULTAD: Baja <input type="radio"/> Media <input checked="" type="radio"/> Alta <input type="radio"/>			
4.- Colocar la carne en un recipiente y agregar la cebolla		INSTRUMENTACIÓN			
5.- Agregar un huevo y mostaza mezclar hasta que todos los ingredientes se integren, realizar bolitas pequeña de 30 g, pasar por harina y llevar a la nevera durante 30 minutos para que esten mas firmes		1.- Bowl		6.- Silpa	
6.- Retirar y pregalantar el sartén con abundante aceite		2.- Balanza eléctrica			
7.- Freir las bolitas de carne durante 10 minutos cada lado		3.- Cernidor			
8.- Retirar, colocarle un palillo y acompañar con salsa rosada		4.- Bolillo			
		5.- Lata			

**Figura 38:** Receta Estándar 17  
**Elaborado por:** Evelyn Navarrete

## viii.Elementos de promoción

### a) Nombre comercial de la empresa

Victoria Heladería Cafetería Catering

### b) Logo



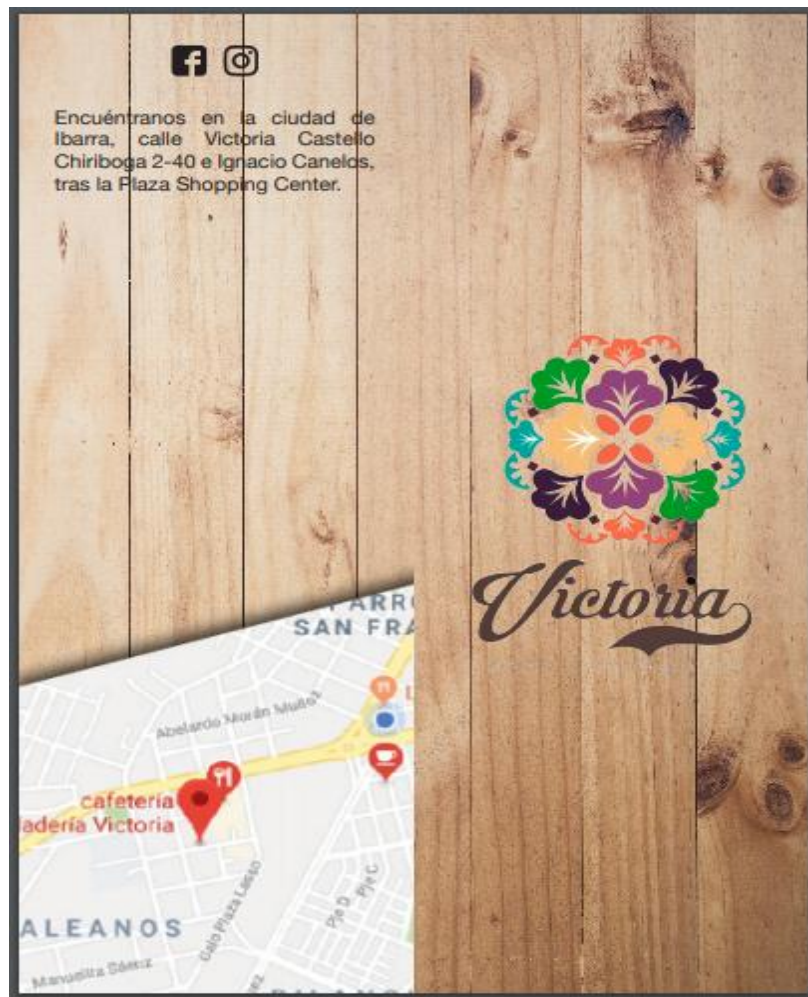
**Figura 39:** Logo  
Elaborado por: Evelyn Navarrete

El logo fue creado y diseñado por la propietaria del establecimiento, enfocándose en un mándala que representa libertad y meditación, lleno de flores con colores que armonicen el lugar. El nombre de Victoria fue escogido por ser el mismo de la abuela de María José, quien recuerda con mucho agrado y orgullo el tiempo que pasaba con ella en su cocina, por tal motivo es que los propietarios desean guardar esa imagen.

c) Slogan

*Vive tus momentos*

d) Díptico publicitario




**Figura 40:** Díptico publicitario 1  
**Elaborado por:** Evelyn Navarrete

**Victoria Heladería Cafetería y  
Catering**

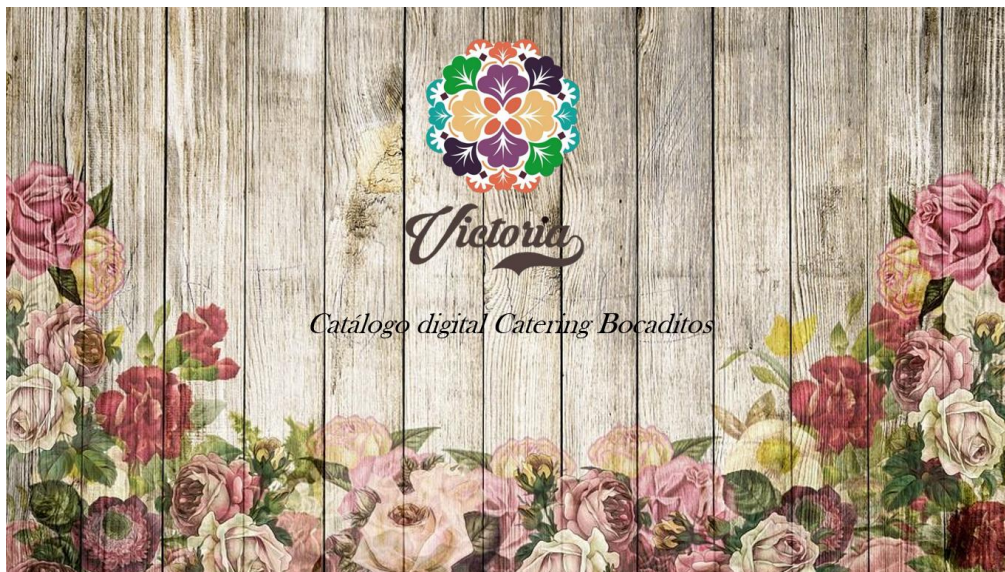
extiende un cordial saludo e invita a disfrutar a todos sus distinguidos clientes de nuestros exquisitos productos nuevos y tradicionales.

Estamos listos para presentar nuestro más reciente servicio de Catering de bocaditos en donde encontraremos delicias de sal y dulce, espectaculares sabores que acompañaran de maravilla todo evento social junto a su familia y amigos.



**Figura 41:** Díptico publicitario 2  
**Elaborado por:** Evelyn Navarrete

e) **Catálogo digital de Oferta**



**Figura 42:** Catálogo de Oferta 1  
**Elaborado por:** Evelyn Navarrete



**Figura 43:** Catálogo de Oferta 2  
**Elaborado por:** Evelyn Navarrete



**Figura 44:** Catálogo de Oferta 3  
Elaborado por: Evelyn Navarrete



**Figura 45:** Catálogo de Oferta 4  
Elaborado por: Evelyn Navarrete



**Figura 46:** Catálogo de Oferta 5  
Elaborado por: Evelyn Navarrete

## f) Imagen Corporativa

### Uniformes

El establecimiento trabaja con un uniforme para el área operativa. Para la implementación del servicio de catering, para el área de cocina, el chef y el ayudante de cocina, llevarán chaqueta de cocina color blanco con el logotipo del establecimiento, pantalón gris, zapatos antideslizantes, malla de cabello y toca blanca.



**Figura 47:** Uniforme cocina  
Fuente: (Allbiz, 2019)

## **7. CONCLUSIONES**

A través de la recopilación bibliográfica se pudo profundizar de una manera más técnica y científica, las conceptualizaciones acerca del servicio de catering en general y en específico, como una especialización, en este caso la implementación de bocaditos en la Heladería y Cafetería Victoria.

Mediante la recopilación de información de las encuestas a los clientes, se pudo determinar la situación actual de la empresa, en cuanto a si la propuesta tendría la acogida necesaria para ser implementada. Luego de estudiar los resultados obtenidos, se concluyó que la propuesta puede generar crecimiento económico, técnico y profesional al establecimiento, constituyéndose en el mercado como una fuerte competencia a las empresas ya dedicadas a esta industria.

Se concluyó que en la actualidad se logra llamar la atención del cliente por medio de redes sociales y medios publicitarios apodados virales y de preferencia electrónicos, más que los físicos o solamente de escucha. El lanzamiento, implementación o inauguración de un nuevo servicio en estos medios logra un alcance mayor de expectativa en el público.

Con esto concluimos que la propuesta de catering puede ser implementada, establecerse dentro de la oferta de servicios profesionales de Ibarra, y ser exitosamente competitivos ante las demás ya establecidas.

## **8. RECOMENDACIONES**

Se debe capacitar, y generar confianza en el equipo de trabajo para lograr cambios necesarios y llegar al objetivo de especializarse en este tipo de catering, utilizando recursos de manera profesional y la entrega de productos de primera.

Se determinó que la propuesta de implementación del servicio de catering de bocaditos, es requerida por la clientela y se puede convertir en una necesidad. Por medio de encuestas se logró medir la aprobación de los clientes y su futuro éxito.

Se logró generar confianza a la implementación de la propuesta, por medio del estudio y valores obtenidos en este documento, determinando el crecimiento de la empresa económica y profesionalmente. Por tales motivos, se recomienda la aplicación de la misma y su pronto lanzamiento al mercado.

Para realizar una buena implementación del servicio de catering de bocaditos, se recomienda tener el apoyo de toda la organización, estar involucrado y generar confianza para que toda la organización llegue a crear la cultura de cambio necesaria para cumplir con las metas establecidas. Por otra parte se recomienda que para posesionarse mejor en el mercado, se debe ampliar la promoción y difusión del nuevo servicio.

## 9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acosta, R., Arellano, M., & Barrios, F. (2009). *Flujograma*. Córdoba: El Cid Editor.
- Barrios, O. (2014). *Eventos: logística de los servicios turísticos*. Buenos Aires: Fundación Proturismo.
- Correa, F. (2009). *Administración*. El Cid.
- Falcón Acosta, O., Petersson Roldán, M., Benavides García, S., & Sarmenteros Bon, I. (julio de 16 de 2015). Los métodos cuantitativos en la mejora de los procesos del catering. *Ingeniería Industrial*, 70-77. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5345230>
- Frías Jiménez, R., Gómez Figueroa, O., & González Arias, M. (16 de abril de 2014). Proposal of a procedure to analyze the faults in a service of catering lodge. *Revista de Ocio y Turismo Rotur*. Obtenido de file:///C:/Users/USER/Downloads/Dialnet-ProposalOfAProcedureToAnalyzeTheFaultsInAServiceOf-4778279.pdf
- Fierro Ricaurte, A. E., Robalino Vallejo, J. A., Zurita Gallegos, R. M., & Ordoñez Bravo, E. F. (mayo de 2018). *La Planificación Estratégica de las empresas de Catering. Análisis de las Barreras*. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/05/planificacion-empresas-catering.html>
- Gámez, S. (2011). *Recepción y lavado de servicios de catering: operaciones básicas de catering (MF1090\_1)*. Málaga: IC Editorial.
- Gonzales, G. (24 de octubre de 2017). *Manual de Funciones*. Obtenido de <https://gilbertogonzalezsanchez.files.wordpress.com/2012/10/trabajo-3-definicion-del-manual-funciones.pdf>
- Kinton, R., Cesarani, V., & Foskett, D. (1995). *Teoría del Catering*. Zaragoza: Acribia S.A.
- Ley de Turismo del Ecuador. (29 de diciembre de 2014). Capítulo II, art. 5. *De las Actividades y quienes la ejercen*. Quito, Ecuador.
- Mesas, B. (2012). *Servicio básico de alimentos y bebidas y tareas de postservicio en el restaurante*. Madrid: IC.
- Montes, E., Lloret, I., & Lopez, M. (2010). *Diseño y gestión de cocinas: manual de higiene alimentaria aplicada al sector de la restauración*. Madrid: Ediciones Días de Santos .
- Sanchez, A. (2011). *Servicio y Atención al cliente en restaurante*. Málaga: IC Editorial.

- Sesmero, J. L. (2011). *Aprovisionamiento y montaje para servicios de catering*. Málaga: IC Editorial.
- Sukasa. (2 de febrero de 2019). *Sukasa*. Obtenido de <http://www.sukasa.com/>
- Termalimex. (2 de febrero de 2018). *Termalimex*. Obtenido de <https://termalimex.com/>
- Vaquero, J. (2013). *Operaciones básicas de restaurante y bar: Servicio básico de restaurante y bar*. Madrid: Editorial CEP, S.L.
- Vaquero, J. (2013). *Servicios especiales en restauración*. Madrid: Editorial CEP.
- Vivencia Andina. (21 de Marzo de 2017). *Viajes a Ecuador*. Obtenido de Vivencia Andina: <http://www.vivenciaandina.com/viajes-a-ecuador/ecuador-mapa.htm>

## **10. ANEXOS**

### **Anexo 1: Plan de investigación**



**Pontificia Universidad Católica del Ecuador**  
**Sede Ibarra**

**ESCUELA DE GESTION DE EMPRESAS TURISTICAS Y HOTELERAS**  
**“GESTURH”**

**INFORME FINAL DEL PROYECTO**

**TEMA:**

**PROPUESTA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL SERVICIO DE CATERING**  
**PARA LA CAFETERÍA Y HELADERÍA VICTORIA UBICADA EN LA**  
**CIUDAD DE IBARRA**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE**  
**INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN HOTELERA**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

**G. H. 1: CALIDAD DE SERVICIO EN LA INDUSTRIA HOTELERA**

**AUTOR/A: Evelyn Salomé Navarrete Murgueytio**

**ASESOR/A: .....**

**IBARRA, JULIO 2017**

## INDICE DE CONTENIDO

1. Nombre del Proyecto .....	121
2. Contextualización del Problema.....	121
3. Justificación.....	123
4. Objetivos .....	124
Objetivo General .....	124
Objetivos Específicos .....	124
5. Principales Impactos.....	125
5.1 Impacto Económico.....	125
5.2 Impacto Social.....	125
5.3 Impacto Ético .....	125
6. Descripción del Proyecto.....	125
7. Organización Metodológica .....	126
7.1 Métodos .....	126
7.2 Técnicas.....	127
7.3 Instrumentos .....	127
8. Cronograma de actividades .....	127
9. Recursos .....	128
10. Financiamiento .....	129
11. Fuentes de Información .....	130

## 1. Nombre del Proyecto

Propuesta para la implementación del servicio de catering para la cafetería y heladería Victoria ubicada en la ciudad de Ibarra.

## 2. Contextualización del Problema

El origen del catering, se remonta al cuarto milenio a.C. en China. Consistía en proveer de alimentos de forma gratuita. En Roma, este servicio se utilizó para abastecer a los soldados y más tarde a los viajeros a lo largo de las rutas comerciales. En la edad media, los monasterios ofrecen servicios de catering a los cristianos en sus peregrinaciones. Esto condujo a una expansión de la restauración en todo el continente europeo.

El diccionario ABC, dice que:

El vocablo catering, proveniente del idioma inglés, hace referencia a la actividad de proveer con un servicio de comida especialmente contratado a clientes en situaciones específicas, tales como eventos de diverso tipo. La palabra catering viene del verbo inglés 'to cater', que significa servir, atender. El catering es entonces el servicio que supone la atención y la oferta de un variado conjunto de alimentos en situaciones excepcionales como suelen ser los eventos. Si bien esta palabra no es perteneciente al idioma español, se encuentra hoy en día aceptada al menos en el lenguaje informal y es de uso común. (Diccionario ABC, catering, 2017)

- Catering: Se prepara los alimentos en cierto lugar, se transporta y se entrega.
- Banqueting: Se prepara en un lugar los alimentos, se transporta y se realiza el servicio.

Según el diccionario de la Real Academia Española, dice que el Catering es: “Servicio de suministro de comidas y bebidas a aviones, trenes, colegios, etc.”.

La industria del catering, está dividida en dos disciplinas fundamentalmente diferentes: catering en instalaciones y catering exterior. Una instalación es un hotel, una sala de banquetes, un centro de conferencias, un centro de convenciones u otro lugar de reuniones que tiene un espacio que puede utilizar una organización.

Por consiguiente, el catering en instalaciones es la disciplina en la que una instalación proporciona comida/ bebida y apoyo logístico a una organización que necesita espacio funcional es esa instalación. (Ismail, 2001, p.1)

El funcionamiento del catering exterior debe ser flexible y aceptable. Dado que los proveedores de catering exterior no tienen salas funcionales fijas para utilizar, deben estar dispuestos y ser capaces de realizar todo lo que necesitan en ruta. La logística es una parte importante de las responsabilidades de un proveedor de catering exterior. Dentro de la logística un proveedor de catering exterior debe centrarse en dos componentes principales: la preparación, y el transporte. (Ismail, 2001, p. 23-24)

Según el Ministerio de Turismo (MINTUR, 2015), afirma en el catastro turístico realizado en el año 2015, en el cantón Ibarra, parroquia Ibarra, existen:

22 Agencias de viajes, 18 hostales, 21 hostales residenciales, 9 hosterías, 9 hoteles, 3 hoteles residencias, 1 hotel apartamento, un paradero, 2 moteles, 5 pensiones, un campamento, una cabaña, 32 bares, 8 discotecas, 2 peñas, 2 salas de baile, 28 cafeterías, 39 fuentes de soda, 180 restaurantes, 2 salas de recepciones, 2 termas y balnearios y 3 empresas de transporte turístico.

En la ciudad de Ibarra y sus alrededores, si existen empresas de este tipo, por lo que esta empresa necesita ser competitiva, caso contrario su destino sería incierto. Y al haber la suficiente oferta, es un negocio rentable.

Victoria es una cafetería y heladería, está ubicada en la ciudad de Ibarra, provincia Imbabura; tiene un gran potencial en la elaboración de bocaditos tanto de sal como de azúcar por lo que la implementación del servicio de catering es indispensable.

Es una empresa familiar, creada por una joven pareja María José Villagrán y T. Montenegro, fue establecido en diciembre del año 2016, con el fin de dar un servicio personalizado y exquisito. La empresa desde su apertura tiene su domicilio en la calle Victoria Castellanos 2-40 e Ignacio Canelos, sector La Plaza Shopping Center.

La cafetería y heladería Victoria es manejada aun de manera empírica, por lo cual no existe aún un tipo de organización empresarial como tal, a pesar de tener ya una amplia demanda en su establecimiento. Actualmente el establecimiento, cuenta con dos personas de planta y dos personas auxiliares operativas.

El principal objetivo de los propietarios es tener un negocio propio; por este motivo, la cafetería y heladería Victoria, fue creado hace casi siete meses, en este tiempo los propietarios no contaban con el conocimiento administrativo por lo que la empresa aún sigue sin tener una razón de ser.

De acuerdo a lo antes mencionado el siguiente proyecto, tiene como objetivo desarrollar un plan administrativo y operativo, lo cual es asertivo, para saber cómo empresa, que es, a donde quiere llegar, sus objetivos sus ideales, procesos de estandarización y otros, además de las funciones en sus áreas de trabajo; los mismos que llevaran a la misma a tener una buena organización, crecimiento empresarial, aumento de ingresos y llegar a ser una de las empresas líderes en el servicio de catering.

### **3. Justificación**

La industria gastronómica siempre tendrá la aceptación del mercado, cuando existen productos de calidad, dando un resultado exquisito, acompañado de una decoración extraordinaria y un excelente servicio. La repostería es exactamente lo mismo y hasta más celosa, ya que sus procesos son aún más exactos. Dichos establecimientos, deben contar con una estructura empresarial como tal, de su organización y planificación y de un plan de acción funcional.

La propuesta para la implementación del servicio de catering para el establecimiento, será utilizada inmediatamente, dando un giro positivo, generando fuentes de empleo, crecimiento empresarial, aumento de la demanda, incrementando productos y servicios, siguiendo con los procesos de estandarización y calidad. Por lo tanto, los principales beneficiarios de esta propuesta son los propietarios de la empresa.

Los propietarios del establecimiento, tienen planes de incremento de productos y servicios, pues actualmente están empezando con el servicio de catering, bocaditos para

eventos (pero sin conocimiento del mismo), y una posible ampliación del lugar; por lo que es prioridad esta propuesta para que el establecimiento tenga un paso firme en el mercado.

Todo esto de la mano de un buen plan administrativo en el cual indique como empresa tanto al cliente externo como interno su misión, visión, y con el plan operativo para que mediante la estandarización de sus procesos y recetas, para que estos sean siempre los mismos y el conocimiento de cada función de sus colaboradores, de manera que no tengan alguna confusión o mala organización dentro de la empresa.

## **4. Objetivos**

### **4.1 Objetivo General**

Elaborar una propuesta para la implementación del servicio de catering para la cafetería heladería Victoria ubicada en la ciudad de Ibarra, con el fin de tener una mejor administración y organización dentro del establecimiento y a su vez brindar un servicio mejorado.

### **4.2 Objetivos Específicos**

- Estructurar un marco teórico con el fin de recopilar información pertinente para el catering.
- Realizar un diagnóstico para un conocimiento profundo de la realidad de la cafetería heladería Victoria.
- Plantear una propuesta para la implementación del servicio de catering para la cafetería heladería Victoria, de acuerdo a sus necesidades.
- Realizar una evaluación de los posibles impactos positivos y negativos que generen la propuesta.

## **5. Principales Impactos**

### **5.1 Impacto Económico**

Esta investigación tiene un impacto económico en el sentido que mejorara los niveles de ingresos de las personas que trabajan directa o indirectamente con la empresa, los propietarios a su vez incrementarán sus niveles de margen de utilidad, como empresa, en el establecimiento, disminuirá costos operativos al estandarizar los mismos. Conjuntamente, se incrementará la economía del país y generar nuevos puestos de empleo.

### **5.2 Impacto Social**

Los colaboradores y propietarios del establecimiento, tienen la oportunidad de crecer profesionalmente a través del conocimiento o las capacitaciones que se brindara al estandarizar de los procesos. Los clientes, tendrán siempre un buen servicio y un producto de calidad, además de incrementar los mismos.

### **5.3 Impacto Ético**

Gracias a la organización, y al delegar funciones a sus colaboradores, se adquirirá una administración y un trabajo honesto y justo; lo cual es una huella ética.

## **6. Descripción del Proyecto**

El proyecto en sí, se basa en dar al establecimiento Victoria, un plan administrativo operativo en cuanto al servicio de catering en el cual, se identifique como empresa, tenga un mayor número de aceptación en el mercado y por supuesto tener la estandarización de los procesos que se realizan en la misma. Anteriormente se enlistaron los objetivos específicos, los cuales serán cada uno de los capítulos de siguiente proyecto.

Primer capítulo, el marco teórico, se basa en la recopilación de información acerca de la Heladería y Cafetería Victoria. Información acerca de cómo realiza los procesos, tanto de

adquisición, elaboración, venta y post venta; además de las actividades de cada uno de los colaboradores del establecimiento.

Segundo capítulo, es un diagnóstico en el cual se conocerá la realidad la Heladería y Cafetería Victoria como empresa y su posicionamiento en el mercado; además se conocerá el análisis FODA, (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas).

Tercer capítulo, se realizará la propuesta administrativa operativa de la Heladería y Cafetería Victoria de acuerdo a las necesidades que está presente. Se realizará la misión, visión, objetivos, ideal, los valores empresariales, en la parte administrativa. Y en la propuesta operativa, se indicará cada una de las funciones de cada colaborador, además de la estandarización de los procesos y recetas, con el fin de obtener de un producto mejorado, de calidad y buen servicio; conjuntamente de una buena administración y un trabajo honesto.

Y el último capítulo, se tratará de los posibles impactos, sean estos positivos como negativos que genere la propuesta administrativa y operativa en la cafetería y heladería Victoria ubicada en la ciudad de Ibarra.

## **7. Organización Metodológica**

### **7.1 Métodos**

El siguiente proyecto se utilizará la siguiente metodología:

**Método inductivo.-** Ya que se realizará una investigación bibliográfica de acuerdo a el establecimiento, es decir de los procesos.

**Método Deductivo.-** Se obtendrá información específica, y detallada con el objetivo de realizará un diagnóstico de campo que permitirá conocer es estado actual del establecimiento, además de la competencia actual que tiene el establecimiento.

**Método Analítico.-** Permitirá condensar la información anteriormente obtenida de los métodos inductivo y deductivo, para realizar la siguiente propuesta administrativa y operativa de la cafetería, heladería y catering Victoria ubicada en la ciudad de Ibarra.

## 7.2 Técnicas

**Investigación bibliográfica.-** Esta técnica se aplicará en la investigación bibliográfica de manera que se realice el marco teórico.

**Encuestas.-** Se diseñará un sin número de encuestas, de manera que se escoja una encuesta piloto, con el fin de realizar entrevistas a los clientes que esta nos indique su estado de satisfacción en el producto y servicio, esta será utilizado para el marco teórico y el diagnóstico.

**Análisis de Resultados.-** se sintetizará y se analizará los métodos anteriores para un resultado y realizar la propuesta

## 7.3 Instrumentos

**Fichas nemotécnicas y fichas bibliográficas digitales.-** Al momento de utilizar la investigación bibliográfica, como instrumento serán estas.

**Entrevistas.-** Se utilizará el cuestionario, con el fin de seleccionar preguntas acordes el tema y que se reciba una respuesta efectiva.

**Sistema SPSS.-** Es un sistema de análisis de resultados, el cual facilitará el trabajo.

## 8. Cronograma de actividades

## 9. Recursos

Para el desarrollo del presente proyecto de investigación se emplearan los siguientes recursos.

### a.- Humanos.-

Docente Asesor	\$1200
Certificado de egresada	\$50
Diseñador grafico	\$150
<b>Subtotal</b>	<b>\$ 1450</b>

### b.- Materiales

Papeles	\$ 40
Empastados	\$ 90
Anillados	\$ 20
CDs	\$ 10
Fotocopias	\$ 40
Impresiones	\$100
<b>Subtotal</b>	<b>\$ 300</b>

**c.- Otros.-**

Viáticos y movilización	\$ 250
Refrigerios	\$ 200
Servicios de Internet	\$ 100
Celular	\$ 100
<b>Subtotal</b>	<b>\$ 650</b>

R Humanos	\$ 1450
R. Materiales	\$ 300
R. Otros	\$ 650
<b>Subtotal</b>	<b>\$ 2400</b>
<b>15 % De Imprevistos</b>	<b>\$ 360</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 2760</b>

**10. Financiamiento**

Los gastos que demanda el proyecto serán financiados por la autora del proyecto.

## **11. Fuentes de Información**

- Acerenza, M. (2003). Administración del Turismo. México D.F. Trillas Ed. 28.
- Casillas, S. (1985). Enciclopedia de Hotelería y Turismo. México. Compañía Editorial Continental. 52-53-54.
- Comblence, L. (1982). Técnica Hotelera. México. Compañía Editorial Continental S.A. 5.
- Diccionario de la Real Academia Española.
- Diccionario ABC.
- Villena, E., Álvares, I. & Pérez, N. (2003). Técnico en Hotelería y Turismo. Madrid España. Cultural S.A. 10-15.
- Ismail, A. (2001). Congresos y Catering: Organización y ventas. Madrid. Thomson Editores. 1.
- Ismail, A. (2001). Congresos y Catering: Organización y ventas. Madrid. Thomson Editores. 23- 24.
- Ministerio de Turismo (2015) Catastro Turístico de Imbabura.
- Posso, M. (2009). Proyectos, Tesis y Marco Lógico. Quito. Edit. NINA Comunicaciones. 58-61, 308,309.

**Anexo 2:** Modelo de encuesta a los clientes de la Cafetería y Heladería Victoria

▪ ¿Con que frecuencia visita este establecimiento?

- .....De una a dos veces por semana
- .....Una o dos veces por mes
- .....Primera vez que visita la Cafetería y Heladería Victoria

▪ ¿Cómo se enteró de la Cafetería y Heladería Victoria?

- .....Medios escritos
- .....Visualmente al establecimiento
- .....Referencia personal
- .....Redes sociales

▪ ¿Alguna vez ha realizado un evento social?

- .....Si
- .....No

▪ ¿Desearía usted que exista un servicio innovador gastronómico que ofrezca servicio de catering para sus eventos sociales?

- ..... Si
- .....No

▪ En el caso de requerir servicio de catering de bocaditos, ¿cuál sería su preferencia?

- .....Bocaditos de dulce
- .....Bocaditos de sal

- .....Los dos tipos
- .....MENU

▪ ¿A cuál de las siguientes características le da más importancia en un servicio de catering?

- .....Formalidad
- .....Calidad
- .....Innovación
- .....Puntualidad

▪ ¿Cuál de las siguientes opciones es una buena razón para contratar servicios de catering?

- .....Ahorro de tiempo
- .....Comodidad
- .....Economía

▪ ¿Qué cantidad de dinero usted estaría dispuesto pagar por un servicio de catering para un evento social o corporativo?

- .....De \$10 a \$20
- .....De \$20 a \$30
- .....De \$30 en adelante

### **Anexo 3:** Modelo de entrevista a propietaria

- ¿Cómo inició la idea del negocio?
  
- ¿Cuál es la capacidad que tiene el establecimiento?
  
- ¿Cuántos colaboradores trabajan dentro del establecimiento?
  
- ¿Qué promedio de visitas tiene la Cafetería y Heladería Victoria?
  
- ¿Le han solicitado el servicio de catering?
  
- ¿Cuenta el establecimiento con una cocina equipada para el servicio de Catering?
  
- ¿Considera usted necesario la capacitación en el servicio de catering al personal?
  
- ¿Qué tipo de servicio cree usted que pueda ofertar la Cafetería Heladería Victoria?

**Anexo 4: Fotografías**



**Figura 48:** Fachada Cafetería Heladería Victoria



**Figura 49:** Interior de la Cafetería Heladería Victoria