



Uleam

UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ

**FACULTAD DE EDUCACION, TURISMO, ARTES Y
HUMANIDADES**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADOS
EN**

HOSPITALIDAD Y HOTELERÍA

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

**PLAN DE NEGOCIO PARA UNA EMPRESA DE CATERING
ESPECIALIZADA EN ALIMENTO SALUDABLES**

AUTORES:

AVILA MERO EMILY DAYANARA

BRAVO ANCHUNDIA EDDY ALEXANDER

TUTOR DE TESIS:

LIC.EMIL VIERA MANZO, Mg.

APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

El tribunal evaluador certifica:

Que, el trabajo de carrera, titulado “Plan De Negocio Para Una Empresa De Catering Especializada En Alimento Saludables” ha sido realizado y concluido por el estudiante Emily Dayanara Avila Mero y Eddy Alexander Bravo Anchundia; el mismo que ha sido aprobado por los miembros del tribunal.

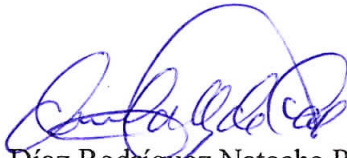
El trabajo de fin de carrera reúne todos los requisitos mínimos pertinentes en lo referente a la investigación y diseño que ha sido continuamente revisada por este tribunal.

Para dar testimonio y autenticidad,

Firmamos:


Ing. Manuel Rolando Velásquez Camposano. Mg

PRESIDENTE SUPLENTE DEL TRIBUNAL


Dra. Díaz Rodríguez Natacha Pahola

**MIEMBRO TRIBUNAL DE
TITULACIÓN**

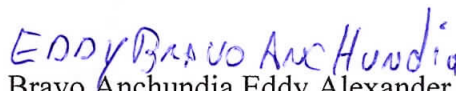

Becerra Avila Mauricio Arturo
MIEMBRO TRIBUNAL DE TITULACIÓN


Lic. Emil Viera Manzo, Mg.
DOCENTE TUTOR DE

TITULACIÓN


Avila Mero Emily Dayanara

GRADUADA


Bravo Anchundia Eddy Alexander

GRADUADO

AUTORÍA

El presente trabajo se realizó previo a la obtención del título de Licenciado en Hospitalidad y Hotelería pertenece exclusivamente a los autores, de la manera que para uso de este documento se determina ubicar los respectivos créditos.

Avila Mero Emily
Emily Dayanara Avila Mero

C.I. 1316456993

Autora

EDDY BRAVO ANCHUNDIA
Eddy Alexander Bravo Anchundia

C.I. 1312871591

Autor

**CLÁUSULA DE LICENCIA Y AUTORIZACIÓN PARA
PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL**

Emily Dayanara Avila Mero, portador de la C.I. # 1316456993 **Eddy Alexander Bravo Anchundia**, portador de la C.I. 1312871591 en calidad de autora y autor titular de los derechos morales y patrimoniales del proyecto de investigación **“PLAN DE NEGOCIO PARA UNA EMPRESA DE CATERING ESPECIALIZADA EN ALIMENTO SALUDABLES”**, de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad, e Innovación, reconozco a favor de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva, para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Así mismo, autorizo a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el Repositorio Institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Manta, 20 febrero de 2026

Avila Hero Emily
Emily Dayanara Avila Mero

Autora

Eddy Bravo Anchundia
Eddy Alexander Bravo Anchundia

Autor

	NOMBRE DEL DOCUMENTO: CERTIFICADO DE TUTOR(A).	CÓDIGO: PAT-04-F-004
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO BAJO LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	REVISIÓN: 1
		Página 1 de 1

CERTIFICO

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Educación, Turismo, Artes y Humanidades de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado preliminarmente el Trabajo de Integración Curricular bajo la autoría del estudiante AVILA MERO EMILY DAYANARA, legalmente matriculado en la carrera de HOSPITALIDAD Y HOTELERÍA, período académico 2025-2026(1), cumpliendo el total de **384 horas**, cuyo tema del proyecto o núcleo problémico es *"PLAN DE NEGOCIO PARA UNA EMPRESA DE CATERING ESPECIALIZADA EN ALIMENTOS SALUDABLES"*

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, y la originalidad del mismo, requisitos suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, Jueves, 14 de agosto de 2025.

Lo certifico,



VIERA MANZO EMIL
Docente Tutor

	NOMBRE DEL DOCUMENTO:	CÓDIGO: PAT-04-F-004
	CERTIFICADO DE TUTOR(A).	
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO BAJO LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	REVISIÓN: 1 Página 1 de 1

CERTIFICO

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Educación, Turismo, Artes y Humanidades de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado preliminarmente el Trabajo de Integración Curricular bajo la autoría del estudiante BRAVO ANCHUNDIA EDDY ALEXANDER, legalmente matriculado en la carrera de HOSPITALIDAD Y HOTELERÍA, período académico 2025-2026(1), cumpliendo el total de **384 horas**, cuyo tema del proyecto o núcleo temático es *"PLAN DE NEGOCIO PARA UNA EMPRESA DE CATERING ESPECIALIZADA EN ALIMENTOS SALUDABLES"*

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, y la originalidad del mismo, requisitos suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, Jueves, 14 de agosto de 2025.

Lo certifico,



VIERA MANZO EMIL
Docente Tutor

AGRADECIMIENTO Y DEDICATORIA

Dedico este trabajo, con todo mi amor y gratitud, a dos pilares fundamentales en mi vida: mi madre y mi hijo.

A ti, mamá, por ser mi guía mi apoyo y mi ejemplo de fortaleza, y amor incondicional.

Gracias por enseñarme con tu vida el valor del esfuerzo, por tus consejos llenos de sabiduría y por enseñarme, con tu ejemplo que los sueños se alcanzan con esfuerzo y fe, por estar a mi lado en cada paso, y por creer en mí incluso cuando yo dudaba. Este logro también es tan tuyo como mío, porque en cada paso estuviste presente, alentándome y sosteniéndome.

A mi hijo, mi razón de ser, mi mayor motivación. Eres la luz que guía mis días y la fuerza que me impulsa a seguir adelante. incluso en momentos difíciles tus sonrisas me dieron fuerzas tu existencia me dio sentido y tu amor me impulso a no rendirme Este logro es una promesa cumplida, un paso más en el camino que construyo con amor para darte un mejor futuro.

Gracias por ser mi inspiración constante.

Este trabajo se lo dedico en primer lugar a Dios, por la vida y permitirme culminar mi carrera, a mis padres, esposa he hijas que siempre me han apoyado y han estado ahí para darme ánimos para no rendirme a mis profesores y profesoras darle las gracias por compartir sus conocimientos y a enseñarme que en esta vida sin el estudio no es fácil y a mirar el mundo con pensamiento crítico y darme la enseñanza que me han guiado con paciencia durante todo este trayecto.

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento al Lic. Emil Viera, tutor de tesis, por su valiosa orientación, paciencia y dedicación durante todo este proceso.

Finalmente le agradezco a esta noble institución por el respaldo académico.

RESUMEN

El presente trabajo tiene como objetivo general crear un plan de negocio para una empresa de catering especializada en alimentos saludables en la ciudad de Manta. Este proyecto busca responder a la creciente demanda de opciones alimenticias sanas, ofreciendo un servicio que promueva hábitos de vida saludables y satisfaga las necesidades del mercado local. Para cumplir con este objetivo, se plantean los siguientes objetivos específicos: estudiar el mercado de catering de alimentos saludables en Manta, identificando tendencias, perfil de consumidores, competencia y oportunidades de negocio; desarrollar una estrategia de marketing que permita posicionar la empresa mediante acciones promocionales y campañas digitales que destaquen los beneficios de los alimentos saludables; y crear un menú variado y adaptable que considere aspectos nutricionales, presentación y sabor, adecuado para diferentes eventos y preferencias de los clientes. La metodología empleada incluye tareas científicas como la investigación de mercado para analizar la demanda y competencia, el análisis de viabilidad económica y financiera del proyecto, el desarrollo del menú saludable, la elaboración de la estrategia de marketing y el diseño del plan operativo que garantice la correcta producción y entrega del servicio. Además, se implementará una evaluación continua para ajustar las estrategias y asegurar la sostenibilidad y éxito del negocio.

Palabras claves: plan de negocio, alimentos saludables, catering, mercado, plan de marketing, rentabilidad.

ABSTRACT

The purpose of this work is to create a business plan for a catering company specializing in healthy foods in the city of Manta. This project seeks to respond to the growing demand for healthy food options, offering a service that promotes healthy lifestyle habits and meets the needs of the local market. To achieve this objective, the following specific objectives are proposed: to study the healthy food catering market in Manta, identifying trends, consumer profiles, competition, and business opportunities; to develop a marketing strategy that allows the company to be positioned through promotional actions and digital campaigns highlighting the benefits of healthy foods; and to create a varied and adaptable menu that considers nutritional aspects, presentation, and flavor, suitable for different events and customer preferences. The methodology employed includes scientific tasks such as market research to analyze demand and competition, the economic and financial feasibility analysis of the project, the development of the healthy menu, the preparation of the marketing strategy, and the design of the operational plan to ensure the proper production and delivery of the service. In addition, a continuous evaluation will be implemented to adjust strategies and ensure the sustainability and success of the business.

Keywords: business plan, healthy foods, catering, market, marketing plan, profitability.

INDICE DE CONTENIDO

RESUMEN.....	5
CERTIFICADO DEL TUTOR	2
CERTIFICACIÓN DEL JURADO.....	1
AGRADECIMIENTO Y DEDICATORIA	3
INTRODUCCIÓN	11
CAPÍTULO I.....	13
1. El Problema.....	13
1.1 Planteamiento del problema.....	14
Definición de objetivos	15
1.2. Objetivos de la investigación	15
1.3. Objetivo general.....	15
1.4. Objetivos específicos	16
CAPITULO II	16
2. Marco teórico de plan de negocio para una empresa de catering	16
2.1. Plan de negocio	18
2.2. Característica del plan de negocio.....	18
2.3. Catering.....	22
2.4. Característica de catering.....	22
2.5. Estrategia general de marketing.....	24
2.6. Plan operativo	24

CAPÍTULO III.....	25
3. Diseño metodológico	25
3.3. Enfoque de Investigación.....	25
3.4. Cuantitativo.....	25
3.5. Población.....	26
3.6. Muestra	26
3.7. Métodos.....	27
3.7.1. Método deductivo.....	27
3.7.2. Método inductivo	28
3.8. Técnicas para proponer un plan de negocio.....	28
3.8.1. Encuesta	28
3.8.2. Revisión documental.....	29
4. Tipos de preguntas	30
4.1. Preguntas cerradas de opciones múltiples.....	30
4.2. Check list.....	30
CAPÍTULO IV.....	31
5. Plan de negocio	31
5.1. Introducción	31
5.2. Justificación.	31
5.3. Estructura de la Propuesta de Plan de Negocio	31
5.4. Objetivos	33

5.4.1.	Objetivo general.....	33
5.4.2.	Objetivo específico 1.....	34
5.4.3.	Objetivo específico 2.....	35
5.4.4.	Objetivo específico 3.....	36
5.4.5.	Encuesta	36
6.	Análisis	42
7.	Tendencias relevantes.	43
7.1.	Segmentos de clientes.	43
7.2.	Evaluación de la competencia.....	44
7.3.	Propuesta de valor.....	44
7.4.	Plan de marketing	44
7.5.	Plan operativo	45
8.	Estructura financiera	45
8.1.	Fuentes de ingresos.....	45
8.2.	Principales gastos:.....	46
8.3.	Proyecciones y punto de equilibrio.....	46
8.4.	Sostenibilidad y responsabilidad social.	46
8.5.	Menú propuesto para empresa de catering saludable	47
8.6.	Detalles técnicos del menú.....	48
8.7.	Alternativas vegetarianas y veganas	48
8.8.	Garantía de calidad	49

8.9.	Presentación ciudadana	49
8.10.	Compromiso sostenible.....	49
8.11.	Ejemplo de preparación para evento corporativo	49
9.	Cronograma de implementación.....	50
10.	Conclusiones	51
11.	Recomendaciones	52
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....		53
ANEXOS.....		59
ANEXO 1.....		59
ANEXO 2.....		59

INTRODUCCIÓN

El catering para eventos sociales consiste en el servicio de alimentos ofrecido por una empresa especializada, encargada de la preparación, presentación, y servicios de comidas para diversos tipos de eventos, esta investigación surge a partir de la alta demanda de estos servicios, y se ha identificado que las tareas involucradas (Alba, 2022).

Según Rovira (2019), el catering es un servicio profesional que se encarga de proveer comida preparada de manera externa, pudiendo también suministrar todo lo necesario para la organización de banquetes en eventos o celebraciones, además, este servicio puede incluir la preparación de grandes volúmenes de alimentos para su venta en ubicaciones distintas al lugar donde se elaboran, actuando como una externalización del servicio de alimentación.

De acuerdo con Cedeño et al., (2024), el interés creciente por mantener una vida sana ha incrementado la demanda de alimentos nutritivos, lo cual ofrece una gran oportunidad para la industria del catering, sin embargo, muchas empresas tradicionales de catering no han sabido ajustarse a esta tendencia, generando una escasa oferta de opciones saludables en el mercado, esto deriva en una situación donde los consumidores, cada vez más enfocados en su bienestar, no encuentran propuestas alimenticias que satisfagan sus necesidades nutricionales y preferencias, esto representa un reto tanto para aquellos que desean mejorar su estilo de vida a través de la alimentación como para los emprendedores que buscan aprovechar esta demanda no satisfecha.

Además, el contexto de la pandemia ha resaltado la importancia de contar con opciones alimentarias que no solo sean saludables, sino también seguras y prácticas, la carencia de un plan de negocio adecuado para una empresa de catering enfocada en alimentos saludables puede limitar su éxito en este nicho de mercado, por ello, es crucial analizar las dificultades

que enfrentan estas empresas y las expectativas de los consumidores, para desarrollar un modelo de negocio que responda efectivamente a estas necesidades (Moseley, 2021).

En las últimas décadas, la sociedad ha mostrado un creciente interés por mantener un estilo de vida saludable y por cuidar su bienestar, lo que ha transformado significativamente los hábitos alimenticios, cada vez más personas buscan alimentos que no solo sean sabrosos, sino también beneficiosos para su salud, este escenario plantea un reto y una oportunidad para el sector del catering, que debe ajustarse a estas nuevas preferencias de los consumidores, quienes valoran la calidad nutricional, de ahí la importancia de diseñar un plan de negocio que considere esta tendencia en ascenso (Véliz, 2020).

Una empresa de catering enfocada en alimentos saludables no solo necesita cumplir con estándares nutricionales, sino que debe ofrecer una experiencia completa que promueva hábitos saludables, esto incluye la elección de ingredientes frescos y de alta calidad, así como la adopción de prácticas sostenibles tanto en la elaboración como en la distribución de los productos, así, la meta es no solo satisfacer a los clientes, sino contribuir al bienestar de la comunidad y al cuidado del entorno (Silva, 2023).

La pandemia de COVID-19 ha impactado profundamente la forma en que las personas interactúan con la comida, poniendo un énfasis en la seguridad y la conveniencia de los alimentos, los consumidores buscan opciones que les permitan acceder a alimentos saludables sin comprometer su seguridad, esto representa una oportunidad para que una empresa de catering especializada en alimentos saludables se destaque en el mercado, ofreciendo soluciones innovadoras que respondan a estas necesidades emergentes (Ongay et al., 2024).

Además, el éxito en este mercado no depende solo de ofrecer productos saludables, sino también de educar a los consumidores sobre la importancia de una dieta equilibrada, la falta de conocimientos sobre nutrición puede llevar a elecciones alimentarias inadecuadas, por lo que

es esencial que una empresa de catering asuma un rol activo en la divulgación de información sobre nutrición entre sus clientes, esto no solo fortalece la relación con los consumidores, sino que también contribuye a la mejora de la salud pública (Sánchez et al., 2022).

Por último, la elaboración de un plan de negocio para un catering especializado en alimentos saludables debe abordar estos factores interrelacionados, la comprensión del mercado y una propuesta de valor clara y convincente son aspectos cruciales para asegurar el éxito de la empresa, esta investigación busca analizar las oportunidades y retos que enfrenta un negocio enfocado en ofrecer opciones alimenticias saludables y sostenibles, estableciendo así una estrategia que permita su crecimiento y sostenibilidad en un mercado competitivo (Chiliquinga & Revelo, 2024).

CAPÍTULO I

1. El Problema

El sector de alimentos saludables ha crecido considerablemente en los últimos años, impulsado por un cambio en las preferencias de los consumidores hacia dietas más balanceadas y nutritivas, estudios recientes indican que este mercado crece anualmente un 10%, lo cual refleja una inclinación cultural hacia estilos de vida más saludables, no obstante, muchas empresas de catering han sido incapaces de adaptarse a estas nuevas demandas, creando un desfase entre la oferta y la demanda, este panorama subraya la necesidad de innovar dentro del sector del catering para poder satisfacer las expectativas de los consumidores.

El estudio para el desarrollo de un plan de negocios enfocado en un servicio de catering saludable en Manta revela un entorno con una demanda de crecimiento por alimentos frescos y nutritivos, sin embargo, la oferta actual es limitada y con precios poco accesibles. Manta, al estar situada en la costa de Ecuador, cuenta con consumidores que priorizan la calidad y muestran interés en alternativas alimenticias más sanas tanto para eventos como para el

consumo diario. Además, existen esfuerzos locales que incentivan el uso de productos naturales, lo cual representa una oportunidad favorable para este tipo de emprendimiento, en este contexto, resulta fundamental diseñar propuestas gastronómicas variadas, asequibles y alineadas con las preferencias del mercado local para lograr una posición competitiva.

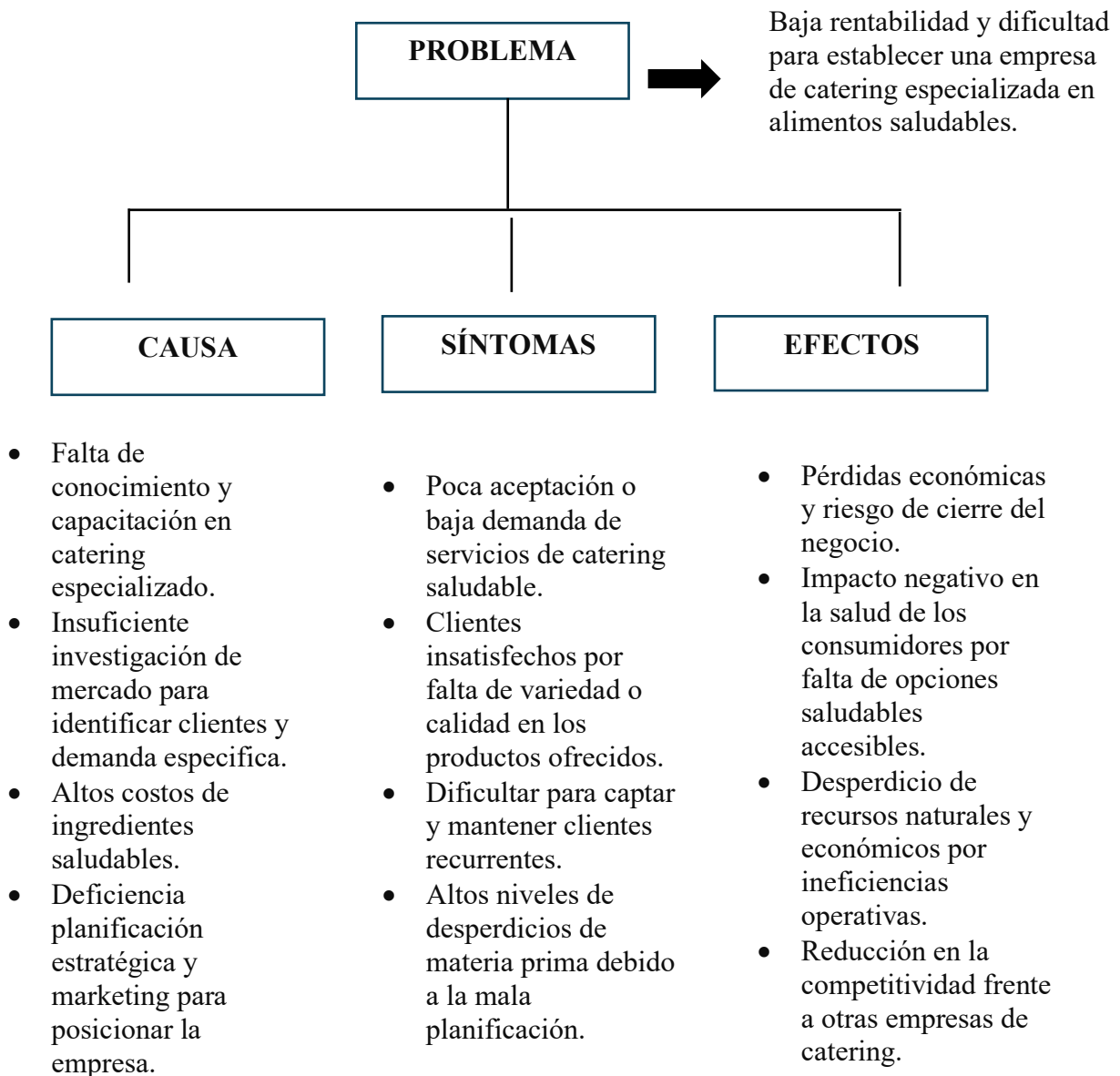
Por otro lado, el acceso limitado a información sobre nutrición y opciones saludables también contribuye a la problemática, muchos consumidores no cuentan con el conocimiento necesario para hacer elecciones alimentarias informadas, lo que puede llevarlos a optar por opciones menos saludables, esto representa una oportunidad para una empresa de catering especializada en alimentos saludables, no solo para ofrecer productos adecuados, sino también para educar a sus clientes sobre la importancia de una dieta balanceada y cómo integrarla en su vida cotidiana.

1.1 Planteamiento del problema

La escasez de opciones adecuadas en el mercado de catering saludable plantea interrogantes esenciales: ¿Cómo pueden las empresas especializadas satisfacer la creciente demanda de alimentos saludables? ¿Qué estrategias deben adoptar para atraer a un público interesado en su bienestar? La clave del problema radica en identificar claramente estas necesidades y diseñar soluciones eficaces que permitan a una nueva empresa posicionarse exitosamente en este mercado competitivo.

Asimismo, es importante considerar el impacto de factores como la sostenibilidad y la calidad de los ingredientes en las decisiones de los consumidores, la investigación debe enfocarse no solo en la oferta de productos atractivos y nutritivos, sino también en desarrollar una propuesta de valor que se alinee con los principios éticos y sostenibles que muchos consumidores valoran hoy en día, de este modo, el planteamiento del problema se convierte en

un punto crucial para definir la estrategia que orientará el desarrollo del plan de negocio propuesto.



1.2. Objetivos de la investigación

1.3. Objetivo general

- Crear un plan de negocio de catering de alimentos saludables, para la empresa Banquetes a la altura.

1.4. Objetivos específicos

- Estudiar el mercado de catering de alimentos saludables, identificando tendencias, perfil de consumidores, competencia y oportunidades de negocio en Manta.
- Desarrollar una estrategia de marketing que posicione la empresa, incluyendo acciones promocionales y campañas digitales para destacar los beneficios de los alimentos saludables en Manta.
- Crear un menú variado y adaptable con opciones saludables, considerando nutrición, presentación y sabor para distintos eventos y preferencias en Manta.

CAPITULO II

2. Marco teórico de plan de negocio para una empresa de catering

"El catering es un servicio que ofrece preparación y suministro de alimentos y bebidas para eventos o celebraciones fuera del ámbito tradicional de restaurantes, adaptándose a las necesidades y especificaciones del cliente" (Clemons & Hightower, 2020).

Tipos de Catering Existen varios tipos de catering, tales como el catering de eventos (bodas, conferencias, reuniones), catering corporativo (para empresas), y catering social (para fiestas privadas). Cada uno de estos tipos tiene características y demandas diferentes.

"El catering puede clasificarse según el tipo de evento y los requisitos específicos del cliente, lo que incluye la variedad de servicios como menús a medida, logística de transporte y montaje, entre otros" (González, 2019).

La planificación estratégica es crucial en cualquier negocio de catering. Esto incluye la identificación de oportunidades de mercado, segmentación de clientes, análisis de la competencia y establecimiento de una propuesta de valor clara.

"El éxito de un negocio de catering depende de una correcta segmentación del mercado y la capacidad para adaptarse a las necesidades cambiantes de los consumidores en términos de preferencias alimenticias y estilo de vida" (Porter, 1985).

El análisis de mercado debe incluir la investigación sobre la demanda de catering en la zona geográfica objetivo, la identificación de los perfiles de los consumidores, y el análisis de tendencias del sector, como la preferencia por alimentos orgánicos o menús especializados (veganos, sin gluten, etc.).

"El análisis del mercado en el sector de catering debe considerar no solo las tendencias gastronómicas, sino también el comportamiento y las expectativas de los consumidores, que están cada vez más orientados a la salud y el bienestar" (Solomon et al., 2013).

La construcción de un modelo de negocio sólido para una empresa de catering incluye la definición de los servicios ofrecidos, la estructura de precios, la forma de comercialización y los canales de distribución. Se debe definir claramente la propuesta de valor, que puede estar centrada en la calidad, la personalización o la sostenibilidad.

"Un modelo de negocio exitoso en catering debe integrar la oferta gastronómica con un servicio personalizado que supere las expectativas de los clientes, aprovechando la tecnología y las estrategias de marketing digital para su promoción" (Osterwalder & Pigneur, 2010).

Los costos en el catering incluyen materias primas, mano de obra, logística y otros gastos operativos. El control de estos costos es crucial para la rentabilidad del negocio, así como la gestión eficiente de los ingresos generados a través de contratos de catering.

"Una correcta gestión financiera es indispensable para mantener la rentabilidad de las empresas de catering, ya que los costos asociados con la compra de insumos, la gestión de personal y la logística de los eventos son altos" (Teece, 2014).

El sector de catering está experimentando una transformación influenciada por factores como la demanda de alimentos sostenibles, el uso de tecnologías para mejorar la experiencia del cliente, y la tendencia hacia eventos más pequeños y personalizados.

"La sostenibilidad y la innovación tecnológica son dos tendencias clave que están modelando el futuro de la industria del catering, con una creciente demanda por productos locales, orgánicos y de bajo impacto ambiental" (Brown, 2022).

2.1. Plan de negocio

De acuerdo con (Morales, 2020), el plan de negocios facilitará en el futuro la obtención de un diagnóstico preciso, lo que permitirá tomar decisiones alineadas con los objetivos de las empresas de consumo masivo. El shopper marketing, como una nueva disciplina dentro del marketing, influye significativamente en la estrategia empresarial al expandir el alcance del enfoque tradicional en compañías que operan en este sector, este enfoque fomenta el desarrollo de iniciativas innovadoras que aportan valor añadido, especialmente en empresas líderes, identificando oportunidades clave para incrementar las ventas y preservar los márgenes de ganancia.

Un plan de negocio es un documento estructurado que define los objetivos, las estrategias y los métodos operativos de una empresa, funciona como una guía estratégica que orienta a los emprendedores en las etapas de creación y crecimiento de un negocio.

2.2. Característica del plan de negocio

Considerando una guía de investigación, un modelo de plan de negocio debe contener estas estructura (Gutiérrez, 2019):

Tabla 1 Componentes de un plan de negocio

Característica del modelo de negocio	Estudio de mercado	Estudio técnico organizacional	Estudio de factibilidad
- Nombre del modelo de negocio. - Localización. - Descripción del producto. - Dirección estratégica. - Clientes actuales y potenciales.	- Segmentación de mercado. - Demanda - Oferta - Demanda insatisfecha - Plaza - Precio - Publicidad	- Tamaño óptico - Capacidad de producción - Flujo grama - Distribución de la planta - Estructura organizacional - Manual de funciones - Estudio legal	- Inversión - Costos totales - Gastos administrativos - Gastos de venta - Gastos financieros - Análisis de sensibilidad

Nota: Estructura de plan de negocio

- Localización:** El análisis de localización implica la identificación de áreas geográficas que van desde una perspectiva amplia, conocida como macro localización, hasta la determinación de zonas más específicas, como la micro localización, para finalmente precisar la ubicación exacta del proyecto.
- Descripción del producto:** Se debe proporcionar una descripción detallada de los productos que se planea producir, en el caso de productos alimentarios, se deben incluir las normativas emitidas por la Secretaría de Salud o el ministerio pertinente.

- **Direccionamiento estratégico:** El direccionamiento estratégico es crucial para el buen funcionamiento de cualquier empresa, ya que proporciona una visión clara de sus objetivos, para definir correctamente la misión, visión y valores corporativos, es recomendable plantear preguntas clave que permitan una formulación adecuada, reflejando tanto la identidad de la empresa como sus aspiraciones futuras.
- **Clientes:** Un cliente es cualquier individuo, empresa u organización que adquiere productos o servicios de manera voluntaria para satisfacer sus propias necesidades, las de otra persona o de una entidad, los clientes son el motor fundamental detrás de la creación, producción, fabricación y comercialización de bienes y servicios.
- **Producto:** Un producto es cualquier bien, servicio o idea que se ofrece al mercado y mediante el cual el consumidor satisface sus necesidades.
- **Segmento del mercado:** Los mercados están conformados por diversos submercados o 'segmentos' de consumidores que comparten características comunes, ya sean demográficas, geográficas, psicológicas, económicas, étnicas, culturales, entre otras.
- **Demanda:** La cuantificación de la demanda actual busca identificar áreas geográficas, características de los consumidores, volúmenes estimados de consumo y factores que determinan la aceptación o rechazo del producto en el mercado.
- **Oferta:** La oferta se refiere a la cantidad de un producto que los productores o empresarios están dispuestos a ofrecer a los precios del mercado.

- **Precio:** El precio es una variable clave para los ingresos y beneficios de una empresa, "el precio es el valor, expresado en dinero, de un bien o servicio ofrecido en el mercado"

Tabla 2 Fortalezas y debilidades

Competidor	Fortalezas	Debilidades
Catering A	Amplia variedad de menús saludables.	Precios más altos que el promedio.
	Buena reputación y reseñas positivas.	Menos enfoque en personalización.
	Opciones para dietas específicas (vegana, sin gluten).	
Catering B	Fuerte presencia en redes sociales.	Limitaciones en la cobertura geográfica.
	Paquetes temáticos atractivos.	Poca variedad en las opciones de menú.
	Servicio al cliente receptivo.	
Restaurante C	Marca bien establecida y clientela leal.	Enfoque menos flexible en menús de catering.
	Opción de degustación previa al evento.	
Catering D	Proveedores de ingredientes locales y orgánicos.	Precios elevados que pueden limitar la clientela.
	Ofrecimiento de educación nutricional.	Capacidad limitada para grandes eventos.
	Servicios de entrega eficientes.	

2.3. Catering

Según Suárez (2020), el catering es un servicio especializado que se encarga de la preparación y entrega de alimentos y bebidas para diferentes tipos de eventos, tales como bodas, reuniones corporativas y celebraciones privadas. Además de ofrecer la comida, este servicio abarca la logística de presentación y el servicio a los invitados, lo que lo convierte en una solución integral para la organización de eventos.

En cuanto a su definición, el término "catering", originario del inglés, se refiere a la creación y distribución de alimentos y bebidas en situaciones específicas, como eventos o en lugares públicos.

2.4. Característica de catering

El catering es un servicio especializado en ofrecer alimentos y bebidas para eventos, y su calidad varía dependiendo de la empresa que lo provea. A continuación, se describen algunas de las características clave que definen un buen servicio de catering (Alba, 2022):

- **Calidad de los ingredientes:** Un servicio de catering de calidad se distingue por el uso de ingredientes frescos y de alta calidad, lo que asegura no solo un sabor excepcional, sino también el cumplimiento de las normativas de seguridad alimentaria, la frescura y la calidad son esenciales para garantizar la satisfacción y la seguridad de los consumidores (Valdiviezo, 2023).
- **Diversidad en el menú:** El catering debe ofrecer una variedad de opciones en su menú, adaptándose a diferentes necesidades dietéticas, como platos vegetarianos, veganos, sin gluten y para personas con alergias, la personalización del menú según el tipo de evento es crucial para satisfacer las expectativas de los invitados (Moreno, 2022).

- **Presentación atractiva:** La apariencia de la comida es tan importante como su sabor, una presentación cuidada y visualmente atractiva puede mejorar la experiencia culinaria y dejar una impresión duradera en los asistentes (Calderón, 2024).
- **Puntualidad en el servicio:** La puntualidad es vital en cualquier servicio de catering. Los alimentos deben estar listos para servirse a la hora acordada, ya que los eventos suelen seguir horarios estrictos. La planificación adecuada y la puntualidad aseguran que todo transcurra sin contratiempos (Mendoza, 2023).
- **Atención al cliente:** Un servicio de catering exitoso requiere un equipo de atención al cliente bien capacitado y profesional, la capacidad de resolver problemas de manera eficiente y la comunicación clara tanto antes como durante el evento son esenciales para garantizar la satisfacción del cliente (Masabanda, 2024).
- **Provisión completa de equipamiento:** El catering debe encargarse de todos los detalles logísticos, proporcionando los utensilios necesarios, como mantelería, cristalería y cubertería. Además, algunos servicios incluyen extras como limpieza y montaje, asegurando que todo esté en su lugar para el evento (Ochoa & Medina, 2022).
- **Flexibilidad y adaptación:** La capacidad de adaptarse a los requerimientos específicos del cliente, como modificaciones en el menú o ajustes en la logística, es esencial. Un buen catering debe ser flexible y capaz de modificar sus servicios según las circunstancias del evento (López, 2021).
- **Profesionalismo y experiencia:** Un equipo de catering profesional, compuesto por chefs experimentados y personal de servicio bien entrenado, es fundamental para asegurar un evento exitoso, la reputación de la empresa, basada en

referencias y testimonios, también es un factor importante para evaluar su confiabilidad (Zambrano, 2024).

- **Compromiso con la sostenibilidad:** Las empresas de catering están cada vez más adoptando prácticas sostenibles, como el uso de productos locales, reciclables y la reducción de desperdicios, estas acciones no solo benefician al medio ambiente, sino que también pueden ser un factor importante para muchos clientes (Cevallos, 2020).
- **Variedad de servicios:** El catering puede ofrecer una amplia gama de servicios, desde sencillos coffee breaks hasta banquetes completos o buffet. La diversidad de servicios permite atender distintos tipos de eventos, adaptándose a las necesidades específicas de cada cliente.

Estas características son esenciales para ofrecer un servicio de catering que no solo cumpla con las expectativas del cliente, sino que también deje una impresión positiva en todos los asistentes del evento.

2.5. Estrategia general de marketing

Una estrategia de marketing consiste en una serie de acciones organizadas y diseñadas para impulsar la promoción y venta de los productos o servicios de una empresa, su propósito esencial es crear oportunidades de negocio y establecer una comunicación eficiente con los clientes potenciales, empleando los medios más apropiados para llegar al público objetivo.

2.6. Plan operativo

Según Gaibor (2022), un plan operativo es un documento que especifica las acciones y los recursos necesarios para lograr los objetivos de una organización, como una empresa, institución o entidad pública, normalmente, este plan abarca un periodo de un año y se denomina plan operativo anual (POA), su objetivo principal es apoyar la implementación del

plan estratégico de la organización, garantizando que todas las actividades estén alineadas con los objetivos globales planteados.

CAPÍTULO III

3. Diseño metodológico

Enfoque de investigación	Cuantitativo
Tipo de investigación	Aplicada
Nivel de investigación	Descriptivo y propósito
Método de investigación	Método deductivo y analítico
Técnicas de recolección de datos	Encuesta
Instrumentos	Cuestionario
Población	Personas entre 25 y 55 años de la ciudad de Manta
Muestra	120 personas del mercado
Tipo de muestreo	Muestreo no probabilístico por conveniencia
Técnicas de análisis de datos	Análisis estadístico descriptivo (tablas y gráficos)
Procedimiento	Recolección de información, análisis de resultados y elaboración del plan de negocio

3.3. Enfoque de Investigación

3.4. Cuantitativo

La investigación cuantitativa es una herramienta clave para analizar y entender realidades complejas desde una perspectiva objetiva. Su principal fortaleza radica en la

capacidad de recopilar y analizar grandes cantidades de datos, lo que permite identificar con exactitud patrones, relaciones y tendencias. Considero especialmente valioso que este enfoque convierta observaciones subjetivas en resultados concretos, medibles y comprobables, lo cual facilita la toma de decisiones bien fundamentadas y la construcción de conocimiento sólido. Apostar por la investigación cuantitativa no solo refuerza el rigor académico o profesional, sino que también permite desarrollar respuestas más eficaces ante los desafíos contemporáneos.

3.5. Población

Una población o universo puede estar referido a cualquier conjunto de elementos de los cuales pretendemos indagar y conocer sus características o una de ellas y para el cual serán validadas las conclusiones obtenidas en la investigación (Sarabia, 2020).

La población se determinó considerando a los potenciales clientes interesados en opciones de alimentación saludable dentro del sector turístico y residentes locales con necesidades alimenticias específicas, esta delimitación se basó en datos demográficos y en el catastro turístico de la zona.

3.6. Muestra

En el contexto de la investigación, una muestra se refiere a un subconjunto representativo de una población más grande que se estudia con el propósito de obtener conclusiones o inferencias sobre la población en su conjunto. El proceso de selección de una muestra debe ser cuidadoso y basarse en métodos para garantizar que sea representativa de la población de interés (Esquivel et al., 2023).

En cuanto a la selección de la muestra, se optó por el muestreo por conveniencia, este método fue elegido por su practicidad y eficiencia, ya que permite recopilar información de manera rápida y directa de aquellos individuos que cumplen con el perfil del cliente objetivo y que se encuentran disponibles en lugares estratégicos, como zonas turísticas, ferias de salud o centros

deportivos, el tamaño de la muestra se calculó en función de la población estimada y el margen de error aceptable, resultando en un número representativo que permite obtener resultados confiables para la toma de decisiones es de 51 personas.

La elección del muestreo por conveniencia se justifica porque, en estudios exploratorios y de factibilidad como este, es más relevante obtener información específica y detallada de los segmentos de interés que lograr una representatividad estadística total, además, los recursos limitados y la necesidad de validar rápidamente la viabilidad del negocio hacen que este método sea el más adecuado, finalmente, la integración de datos del catastro turístico permite identificar tendencias y preferencias alimenticias entre los visitantes, lo que fortalece la justificación de la muestra seleccionada y asegura que el plan de negocio esté alineado con las demandas reales del mercado objetivo.

3.7.Métodos

Los métodos en una investigación se refieren a las técnicas y procedimientos sistemáticos utilizados para llevar a cabo el estudio o la investigación. Estos métodos están diseñados para recopilar, analizar y presentar datos con el objetivo de responder las preguntas de investigación o probar hipótesis. Los métodos pueden variar según el tipo de estudio y el campo de investigación, pero generalmente se dividen en dos categorías amplias:

3.7.1. Método deductivo

Según (Castillo, 2022), el método deductivo basa sus cimientos en determinados fundamentos teóricos, hasta llegar a configurar hechos o prácticas particulares, se aplica aislando problemas comunes que ocurren durante el proceso de producción y recopilando información de la empresa para analizar el cumplimiento eficaz y eficiente de la normativa vigente.

Tanto el enfoque deductivo como el inductivo pueden aplicarse en la gestión de un emprendimiento propio. El método deductivo parte de teorías o principios generales como los relacionados con el marketing o la administración para guiar decisiones concretas dentro del negocio. En cambio, el enfoque inductivo se basa en observar situaciones específicas, como el comportamiento de los clientes o los efectos de determinadas acciones, y a partir de ahí se elaboran conclusiones y estrategias más amplias. Ambos métodos se complementan y resultan valiosos para optimizar la toma de decisiones, resolver problemas y adaptarse de manera continua en el entorno empresarial.

3.7.2. Método inductivo

El método inductivo o inductivismo es un método científico que obtiene conclusiones generales a partir de premisas particulares, se trata del método científico más usual, que se caracteriza por cuatro etapas básicas: la observación y el registro de todos los hechos; el análisis y la clasificación de los hechos; la derivación inductiva de una generalización a partir de los hechos, y la contrastación (Paredes, 2015)

3.8. Técnicas para proponer un plan de negocio

Las técnicas en una investigación son herramientas utilizados para recopilar, analizar o interpretar datos con el fin de responder a preguntas de investigación o alcanzar objetivos de estudio. Estas técnicas son componentes prácticos y concretos que se emplean en el proceso de investigación. A menudo, las técnicas se utilizan en combinación con métodos más amplios para recopilar información detallada y específica.

3.8.1. Encuesta

La encuesta (Feria et al., 2020), se define a través de un cuestionario, no obstante, al tratarse de un método autoadministrado, esta afirmación puede ser cuestionada, ya que el proceso implica una interacción interna del encuestado consigo mismo.

Las encuestas se utilizan con frecuencia en investigaciones que abordan diversas problemáticas en entornos urbanos. Sin embargo, su uso en zonas rurales es limitado debido a diversos obstáculos, como barreras lingüísticas, niveles de analfabetismo y particularidades culturales. Estos factores pueden afectar la calidad de la información recopilada, provocando distorsiones que alejan los resultados de la realidad. Como consecuencia, las encuestas tienden a ser menos fiables y, por tanto, menos empleadas en estudios realizados en contextos rurales (Montes, 2021).

3.8.2. Revisión documental

La revisión documental revela la riqueza de perspectivas y enfoques en el estudio de las competencias investigativas, así como la importancia de cuestionar supuestos arraigados y explorar nuevas perspectivas en la enseñanza y el aprendizaje (Viana, 2024).

Esta práctica impulsa la mejora continua, refuerza la formación del personal y asegura el cumplimiento de estándares alineados con las exigencias del mercado y la normativa vigente, convirtiéndose así en una estrategia clave para garantizar la competitividad y sostenibilidad del establecimiento.

El cuestionario es una herramienta tradicionalmente empleada en las ciencias sociales para recopilar y registrar información. Su flexibilidad lo convierte en un recurso útil tanto para la investigación como para la evaluación de individuos, procesos y programas formativos. Esta técnica puede abordar dimensiones cuantitativas y cualitativas. A diferencia de la entrevista directa, el cuestionario se caracteriza por una interacción menos personal y menos profunda con los participantes. No obstante, ofrece la ventaja de alcanzar a un gran número de personas de forma ágil y con bajo costo (García, 2021).

El cuestionario para recolectar información de manera ordenada y sistemática, lo que facilita obtener datos precisos y comparables de diversas personas sobre temas concretos.

Considero que un diseño cuidadoso, con preguntas claras y bien estructuradas, es esencial para asegurar la validez y fiabilidad de las respuestas, esta técnica permite alcanzar a un gran número de participantes de forma eficiente, apoyando tanto estudios cuantitativos como cualitativos, y contribuyendo a generar conocimiento útil para la toma de decisiones y el análisis de distintos fenómenos.

4. Tipos de preguntas

4.1. Preguntas cerradas de opciones múltiples

Las preguntas cerradas corresponden a categorías o alternativas de respuesta semiestructurada. Es decir, se presentan diferentes opciones múltiples para el facilitando la elección de su respuesta. La elaboración de las preguntas es un proceso riguroso y de cierto tiempo, porque conlleva un análisis profundo para cada pregunta y sus respuestas. Este tipo de preguntas es ventajoso para los encuestados, ya que no tiene que escribir o expresar verbalmente, sino se elegí la opción de acuerdo a sus opiniones para un análisis más rápido.

La investigación se realiza de manera sistemática, participativa, individual, en el trabajo de los tesisas, en el lugar establecido donde se realiza la investigación.

4.2. Check list

Un check list, o lista de verificación, es una herramienta utilizada para llevar a cabo comprobaciones rutinarias y asegurar que no se pase por alto ningún detalle importante, esta herramienta consta de una serie de elementos que se marcan como completados a medida que se realizan las tareas, son útiles para sistematizas actividades y también actúan como un registro de las tareas realizadas en un momento determinado, garantizando la consistencia y exhaustividad en la ejecución de una tarea (Obando, 2022)

CAPÍTULO IV

5. Plan de negocio

5.1. Introducción

En años recientes, el interés por una alimentación más sana ha crecido significativamente, impulsado por una mayor conciencia sobre el impacto de la nutrición en la salud, este cambio ha motivado a empresas y organizadores de eventos a buscar alternativas gastronómicas alineadas con hábitos de vida saludables, generando así oportunidades para nuevos emprendimientos en el sector de catering especializado, esta propuesta tiene como objetivo desarrollar un plan de negocio para una empresa de catering centrada exclusivamente en comida saludables, dirigida al entorno urbano.

5.2. Justificación.

La evolución en los hábitos de consumo y la expansión del mercado de alimentos saludables respaldan la viabilidad de este proyecto, estudios recientes indican un crecimiento sostenido del sector a nivel mundial, motivado por el aumento de enfermedades crónicas y una mayor conciencia sobre los efectos de la alimentación en el bienestar general, un servicio de catering enfocado en opciones saludables puede cubrir esta demanda creciente en ámbitos como oficinas, instituciones educativas, eventos empresariales y celebraciones particulares.

5.3. Estructura de la Propuesta de Plan de Negocio

La propuesta de plan de negocio presentada constituye la respuesta al objetivo general de la investigación, orientado al diseño de una empresa de catering especializada en alimentos saludables en la ciudad de Manta, denominada “Banquetes a la Altura”. En este sentido, el plan integra los componentes estratégicos, técnicos, organizacionales y financieros necesarios para la implementación del emprendimiento, permitiendo determinar su viabilidad comercial y económica en el mercado objetivo.

Componentes del plan de negocio	Descripción
Nombre del negocio	Banquetes a la Altura
Ubicación	Ciudad de Manta
Naturaleza del servicio	Catering especializado en la preparación y comercialización de alimentos saludables para eventos sociales y corporativos
Mercado objetivo	Personas entre 25 y 55 años, empresas, instituciones y organizaciones de eventos interesados en alimentación saludables
Propuesta de valor	Ofrecer alimentos nutritivos, balanceados, de calidad y con presentación atractiva, diferenciándose de la competencia
Análisis del mercado	Identificación de la demanda potencial, preferencias del consumidor, competencia existente y oportunidades de negocio
Plan técnico operativo	Definición de procesos de producción, requerimientos de equipos, insumos, infraestructura y capacidad de atención
Estructura organizacional	Determinación de cargos, funciones y responsabilidades del personal necesario para el funcionamiento del negocio
Estrategias de marketing	Promoción mediante redes sociales, publicidad digital, alianzas estratégicas y promociones comerciales dirigidas al mercado objetivo

Inversión requerida	Recursos económicos necesarios para la adquisición de equipos, adecuación del espacio, permisos y capital de trabajo inicial
Proyección financiera	Estimación de ingresos, costos, rentabilidad, punto de equilibrio y periodo de recuperación de la inversión
Viabilidad del proyecto	Evaluación económica que permite determinar la factibilidad de implementación del negocio

5.4. Objetivos

5.4.1. *Objetivo general*

- Diseñar un plan de negocio sólido y factible para una empresa de catering especializada en alimentación saludable.

Parámetros	Descripción
Nombre de la empresa	Banquetes a la Altura
Ubicación	Manta
Tipo de Servicio	Catering especializado en alimentos saludables.
Mercado objetivo	Personas entre 25 y 55 años, empresas y organizadores de eventos.
Propuesta de valor	Alimentación saludable, presentación atractiva y calidad nutricional.

Estrategia de marketing	Redes sociales, promociones y alianzas estratégicas.
Recursos necesarios	Equipos de cocina, personal capacitado, insumos.
Inversión estimada	12.500
Ingresos proyectados	3.500
Rentabilidad esperada	28% anual

5.4.2. *Objetivo específico 1*

- Estudiar el mercado de catering de alimentos saludables, identificando tendencias, perfil de consumidores, competencia y oportunidades de negocio en Manta.

Variables Analizadas	Resultado obtenido
Instrumento aplicado	Encuesta
Número de encuestados	120 personas
Perfil del consumidor	Adultos entre 25 y 55 años interesados en alimentación saludable
Tendencias identificadas	Preferencia por comidas balanceadas, bajas en grasa y con ingredientes naturales
Competencias	Empresas locales de catering con poca especialización en alimentos saludables
Oportunidades de negocio	Alta demanda de servicios saludables para eventos sociales y corporativos

Frecuencia de consumo	Mayor interés en contratación para eventos empresariales, reuniones sociales y celebraciones especiales
------------------------------	---

5.4.3. *Objetivo específico 2*

- Desarrollar una estrategia de marketing que posicione la empresa, incluyendo acciones promocionales y campañas digitales para destacar los beneficios de los alimentos saludables en Manta.

Estrategia	Acciones
Marketing digital	Publicidad en redes sociales (Facebook, Instagram, TikTok)
Promoción de lanzamiento	Descuentos y degustaciones promocionales
Alianzas estratégicas	Convenios con gimnasios, empresas y organizadores de eventos
Posicionamiento de marca	Imagen corporativa asociada a salud y bienestar
Publicidad	Volantes, banners y tarjetas de presentación
Fidelización de clientes	Programas de descuentos para clientes frecuentes

5.4.4. *Objetivo específico 3*

- Crear un menú variado y adaptable con opciones saludables, considerando nutrición, presentación y sabor para distintos eventos y preferencias en Manta.

Tipo de Evento	Plato Principal	Acompañamiento	Bebida
Eventos corporativos	Pechuga de pollo a la plancha	Ensalada fría	Jugo natural
Eventos sociales	Lasaña de vegetales	Pan integral	Té frío
Eventos fitness	Bowl proteico de quinoa	Frutas	Smoothie natural
Eventos infantiles	Mini hamburguesas saludables	Papas al horno	Jugo de frutas
Eventos especiales	Salmón al horno	Vegetales salteados	Agua saborizada

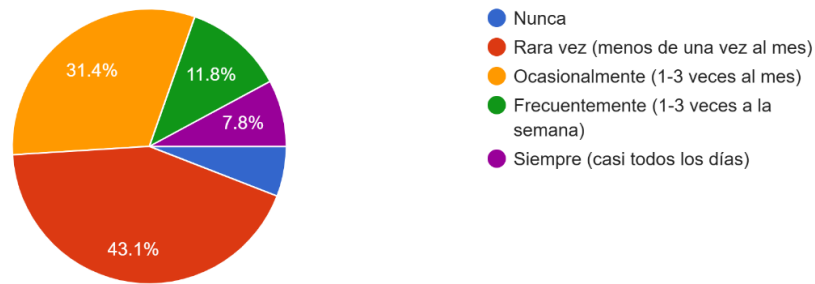
5.4.5. *Encuesta*

Las encuestas fueron aplicadas a personas que forman parte del mercado objetivo, con la finalidad de obtener información relevante acerca de sus preferencias de consumo, el nivel de aceptación y la frecuencia de contratación de servicios de catering especializado en alimentos saludables en la ciudad de Manta, en este sentido, los datos recopilados permitieron analizar la existencia de una demanda potencial, así como identificar oportunidades de mercado que respaldan el desarrollo del proyecto, por consiguiente, la información obtenida se constituyó en la elaboración del plan de negocio, aportando elementos claves para la toma de decisiones y la estructuración de la propuesta empresarial.

Pregunta 1: ¿Con qué frecuencia consume alimentos saludables fuera de casa?

1. ¿Con qué frecuencia consume alimentos saludables fuera de casa?

51 respuestas

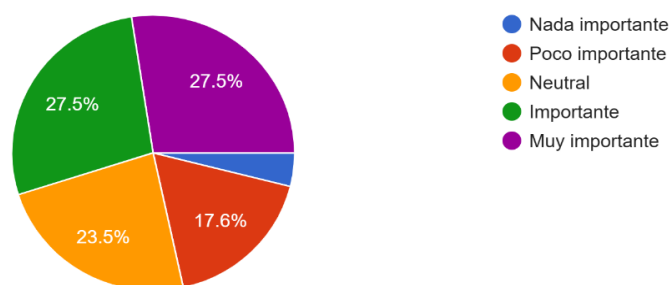


Los resultados muestran una tendencia predominante hacia un consumo bajo de alimentos saludables fuera del hogar. Esto podría deberse a factores como el costo, la disponibilidad limitada, la falta de información o la preferencia por otro tipo de alimentos al comer fuera. Solo una minoría (19.6%) mantiene una práctica constante o frecuente de consumir alimentos saludables en estos contextos, lo que indica una oportunidad de mejora en la promoción de opciones alimenticias saludables en espacios públicos o comerciales.

Pregunta 2: ¿Qué tan importante es para usted que los alimentos ofrecidos por un servicio de catering sean saludables?

2. ¿Qué tan importante es para usted que los alimentos ofrecidos por un servicio de catering sean saludables?

51 respuestas

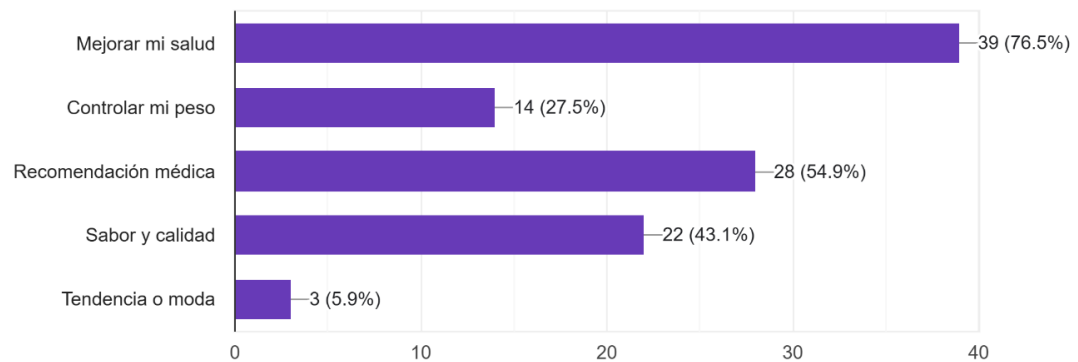


De acuerdo con los resultados mostrados en la imagen, la mayoría de los encuestados considera importante que los alimentos ofrecidos por un servicio de catering sean saludables: Esto indica que existe una clara preferencia hacia opciones saludables en servicios de alimentación, lo cual puede representar una oportunidad para que los proveedores de catering enfoquen sus ofertas en productos más nutritivos y balanceados.

Pregunta 3: ¿Cuáles son los principales motivos por los que elegiría un catering de alimentos saludables? (Puede seleccionar más de una opción)

3. ¿Cuáles son los principales motivos por los que elegiría un catering de alimentos saludables?
(Puede seleccionar más de una opción)

51 respuestas

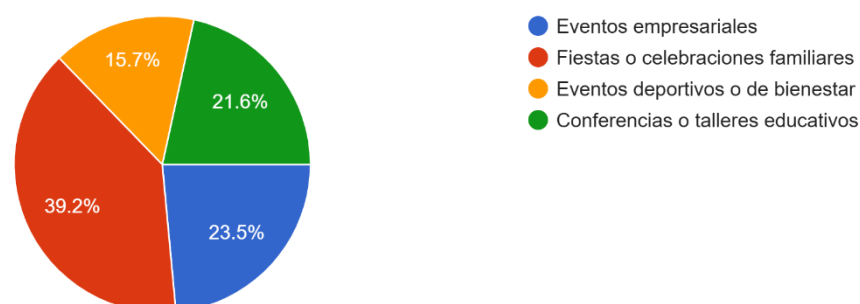


Según los resultados mostrados en la imagen, la razón principal por la que las personas elegirían un servicio de catering con alimentos saludables es el deseo de mejorar su salud, con estos resultados evidencian que la preocupación por la salud es el principal factor que impulsa la elección de opciones saludables en el catering, más allá de aspectos estéticos o sociales.

Pregunta 4: ¿En qué tipo de eventos le gustaría contar con un servicio de catering saludable?

4. ¿En qué tipo de eventos le gustaría contar con un servicio de catering saludable?

51 respuestas



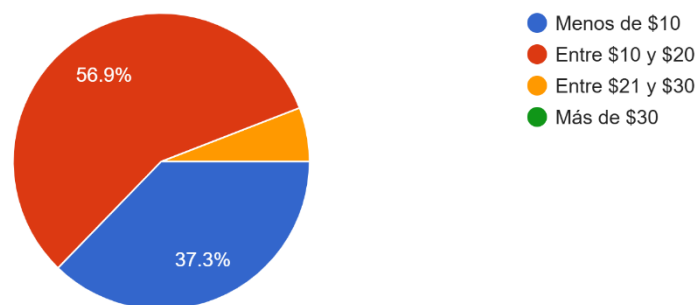
De acuerdo con la imagen, la mayoría de los encuestados lo consideró estos resultados sugieren que, aunque existe interés en diferentes tipos de eventos, las reuniones familiares

representan la mayor oportunidad para ofrecer servicios de catering saludable, seguidas por los entornos corporativos y educativos.

Pregunta 5: ¿Cuál es el rango de precio que estaría dispuesto a pagar por un menú saludable por persona?

5. ¿Cuál es el rango de precio que estaría dispuesto a pagar por un menú saludable por persona?

51 respuestas

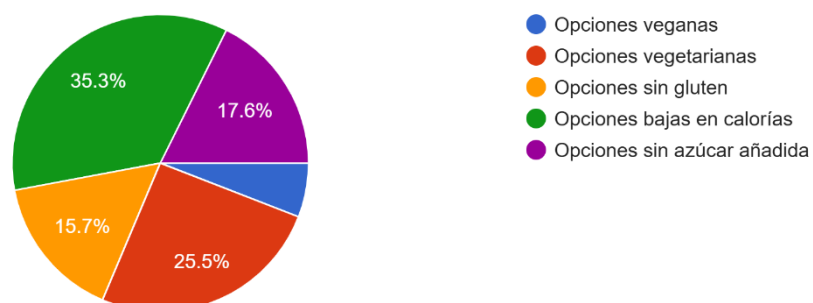


La imagen muestra que la mayoría de los encuestados (56.9%) están dispuestos a pagar entre \$10 y \$20 por un menú saludable por persona, lo que indica que este rango de precio es el más aceptado para este tipo de oferta. Un 37.3% preferiría pagar menos de \$10, reflejando una sensibilidad al precio en una parte significativa del grupo. Solo una pequeña minoría consideraría pagar entre \$21 y \$30, y prácticamente nadie optaría por precios superiores a \$30. Estos resultados sugieren que, para captar la mayor demanda, los menús saludables deberían situarse principalmente en el rango de \$10 a \$20 por persona, ya que precios más altos podrían limitar considerablemente el interés.

Pregunta 6: ¿Qué opciones le gustaría encontrar en el menú de un catering saludable?

6. ¿Qué opciones le gustaría encontrar en el menú de un catering saludable?

51 respuestas

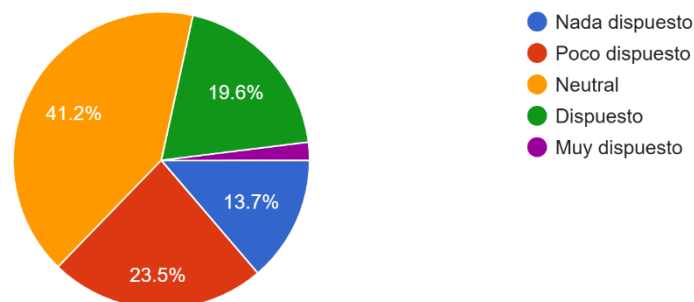


De acuerdo con los resultados mostrados en la imagen, la opción más solicitada para un menú de catering saludable son las “Opciones bajas en calorías”, con un 35.3% de las preferencias, seguida por las “Opciones vegetarianas” con un 25.5%. En menor medida, los encuestados también manifestaron interés en las “Opciones sin azúcar añadida” (17.6%), “Opciones sin gluten” (15.7%) y, finalmente, las “Opciones veganas” (5.9%). Estos datos indican una mayor preocupación por el control calórico y las dietas basadas en vegetales, mientras que las alternativas veganas o libres de alérgenos tienen una menor demanda relativa dentro del grupo encuestado.

Pregunta 7: ¿Qué tan dispuesto estaría a pagar un precio más alto por ingredientes orgánicos o de origen local?

7. ¿Qué tan dispuesto estaría a pagar un precio más alto por ingredientes orgánicos o de origen local?

51 respuestas

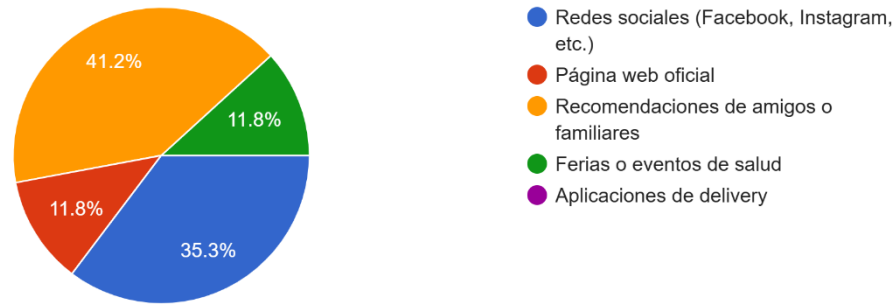


De acuerdo con los resultados estos datos reflejan una división en las opiniones, con una tendencia predominante hacia la neutralidad, lo que sugiere que, si bien existe interés en ingredientes de mayor calidad, el factor precio sigue siendo un elemento decisivo para muchos consumidores.

Pregunta 8: ¿Por qué medio buscaría o contrataría un servicio de catering saludable?

8. ¿Por qué medio buscaría o contrataría un servicio de catering saludable?

51 respuestas

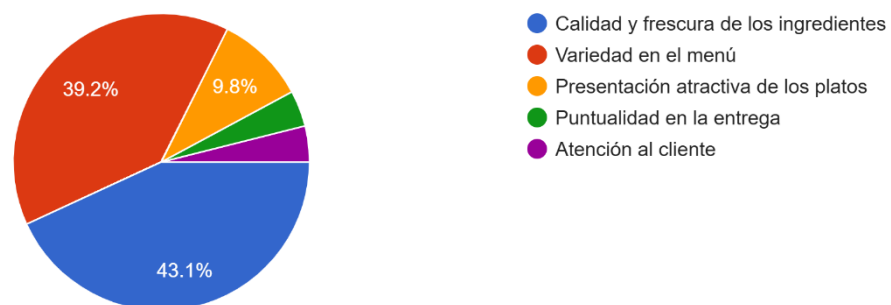


Según los resultados mostrados en la imagen, la mayoría de los encuestados (41.2%) afirma que buscaría o contrataría un servicio de catering saludable a través de recomendaciones de amigos o familiares, lo que resalta la importancia del boca a boca en la toma de decisiones. En segundo lugar, un 35.3% recurriría a las redes sociales como Facebook o Instagram, consolidándolas como un canal clave de promoción. Las páginas web oficiales y las ferias o eventos de salud son medios menos considerados (ambos con 11.8%), mientras que las aplicaciones de delivery no fueron mencionadas como una opción, lo que indica una baja preferencia por este canal en el contexto del catering saludable.

Pregunta 9: ¿Cuáles son sus expectativas más importantes respecto al servicio de catering saludable?

9. ¿Cuáles son sus expectativas más importantes respecto al servicio de catering saludable?

51 respuestas



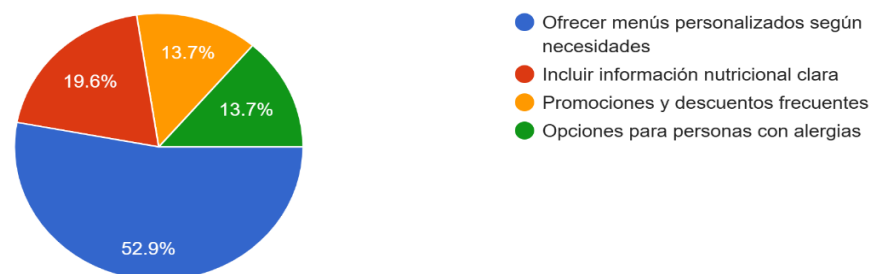
servicio de catering saludable es la calidad y frescura de los ingredientes, seleccionada por el 43.1% de los encuestados. Le sigue la variedad en el menú, que representa el 39.2% de las

respuestas, lo que indica que ambos aspectos son prioritarios para la mayoría. En menor medida, la presentación atractiva de los platos (9.8%), la puntualidad en la entrega y la atención al cliente aparecen como expectativas relevantes, pero considerablemente menos prioritarias. Esto sugiere que, para satisfacer a los clientes, el enfoque principal debe estar en garantizar ingredientes frescos y de alta calidad, así como ofrecer un menú variado.

Pregunta 10: ¿Qué sugerencias o recomendaciones daría a una empresa de catering especializada en alimentos saludables?

10. ¿Qué sugerencias o recomendaciones daría a una empresa de catering especializada en alimentos saludables?

51 respuestas



la personalización del servicio es la prioridad principal para los clientes, seguida de la transparencia sobre el contenido nutricional, mientras que los incentivos económicos y la atención a necesidades especiales también son relevantes, pero en menor medida.

6. Análisis

A partir de la triangulación de los datos obtenidos en la encuesta, se identifica una oportunidad significativa para ofrecer servicios de catering enfocados en opciones saludables. Si bien muchos de los encuestados consumen pocas comidas saludables fuera de casa, muestran una fuerte inclinación hacia este tipo de alimentos cuando se trata de servicios de catering, especialmente en contextos familiares y sociales. Las principales razones que motivan esta elección son el interés por mejorar su bienestar, las indicaciones médicas y la preferencia por

comidas sabrosas y de buena calidad. Asimismo, los participantes valoran ingredientes frescos y de alta calidad, además de mostrar una preferencia por menús personalizados, lo que sugiere que la personalización y la transparencia nutricional podrían ser factores clave para atraer al público objetivo.

Por otro lado, el precio se mantiene como un aspecto determinante: la mayoría estaría dispuesta a pagar entre \$10 y \$20 por menú, aunque existen opiniones divididas respecto a pagar un extra por productos orgánicos o locales. La promoción de estos servicios se apoya principalmente en el boca a boca y en las redes sociales, lo cual resalta la importancia de mantener una buena reputación y una sólida presencia digital. En conjunto, los hallazgos indican que para fomentar el consumo de alimentos saludables fuera del hogar, los proveedores deben priorizar la asequibilidad, la personalización, la calidad de los insumos y estrategias de marketing centradas en el cliente.

7. Tendencias relevantes.

- Mayor preferencia por productos orgánicos, naturales y bajos en calorías.
- Predominio de clientes corporativos y eventos sociales interesados en propuestas saludables.
- Expansión del servicio a domicilio y catering personalizado.

7.1. Segmentos de clientes.

- Empresas que realizan reuniones internas.
- Instituciones educativas y deportivas.
- Celebraciones privadas como bodas, cumpleaños o reuniones familiares.

7.2. Evaluación de la competencia.

Se analizarán los actores actuales en el mercado, su propuesta de valor, precios, canales de distribución y calidad de la oferta, para detectar oportunidades de diferenciación.

7.3.Propuesta de valor

La empresa ofrecerá opciones saludables, equilibradas y personalizadas, elaboradas con ingredientes frescos, con bajo contenido en grasas saturadas y alternativas veganas o sin gluten, se cuidará la presentación estética y se emplearán empaques ecológicos.

7.4.Plan de marketing

El plan de marketing para una empresa de catering especializada en alimentos saludables se enfocará en posicionar la marca como líder en nutrición y bienestar, destacando la calidad, frescura y variedad de sus productos. Se realizará un análisis profundo del mercado objetivo, dirigido principalmente a personas preocupadas por su salud, deportistas, empresas con programas de bienestar y eventos que promueven estilos de vida saludables. La estrategia incluirá campañas digitales en redes sociales, colaboraciones con influencer del área de la salud y nutrición, así como presencia en ferias y eventos relacionados con el bienestar. Además, se ofrecerán menús personalizados y planes de suscripción para empresas y particulares, destacando la conveniencia y el valor nutricional de las opciones. La comunicación se centrará en transmitir los beneficios de una alimentación balanceada, utilizando testimonios, información nutricional clara y contenido educativo para generar confianza y fidelidad en los clientes.

Además, el plan de marketing incluirá un enfoque en la diferenciación a través del desarrollo de productos innovadores que respondan a las tendencias actuales en alimentación saludable, como opciones veganas, sin gluten, bajas en calorías y con superalimentos. Se implementará un sistema de retroalimentación constante con los clientes para adaptar y mejorar

los menús según sus necesidades y preferencias, garantizando así una oferta competitiva y atractiva. También se utilizarán herramientas de marketing digital, como el email marketing y el remarketing, para mantener una comunicación constante con los clientes y fomentar la repetición de compras.

Por otro lado, se establecerán estrategias de promoción especiales en fechas clave, como eventos deportivos, campañas de concientización sobre la salud y festividades, para captar la atención del público objetivo y atraer nuevos clientes. Se considerará igualmente la implementación de un programa de lealtad que recompense a los clientes frecuentes con descuentos, promociones exclusivas y beneficios adicionales, fortaleciendo así la relación con ellos y aumentando la retención. Con esta combinación de tácticas, la empresa podrá consolidar su presencia en el mercado de catering saludable y lograr un crecimiento sostenido a mediano y largo plazo.

7.5. Plan operativo

- Instalación de una cocina central con certificación sanitaria.
- Selección de proveedores locales de ingredientes frescos.
- Contratación de personal capacitado, incluyendo chefs y nutricionistas.
- Implementación de un sistema de reparto propio o acuerdos con plataformas de delivery.

8. Estructura financiera

8.1. Fuentes de ingresos.

- Venta de menús para empresas (desayunos, almuerzos, coffe breaks).
- Servicios de catering para celebraciones privadas.
- Alianzas con centros de salud o gimnasios.

8.2. Principales gastos:

- Compra de insumos.
- Sueldos del personal.
- Transporte y logística.
- Publicidad y promoción.

8.3. Proyecciones y punto de equilibrio

Se desarrollará un análisis financiero a tres años, considerando distintos escenarios de ventas, con el fin de estimar el punto de equilibrio y el tiempo necesario para recuperar la inversión.

Categoría	Costo mensual estimado
Insumos	\$2.000
Sueldos	\$3.000
Alquiler y servicios	\$1.000
Publicidad	\$500
Otros gastos	\$500
Total	\$7.000

El volumen mínimo de ventas se calculará según el ticket promedio y el margen de ganancia por menú.

8.4. Sostenibilidad y responsabilidad social.

- Uso de materiales biodegradables en los empaques.
- Fomento de la economía local mediante compras a productores cercanos.

- Actividades de educación alimentaria en comunidades y centros educativos.

8.5. Menú propuesto para empresa de catering saludable

Tiempo de comida	Platos	Características nutricionales y técnicas
Desayuno	• Omelet de claras con espinacas y champiñones • Pan integral tostado • Jugo natural de naranja	Alto en proteínas magras y fibra para energía sostenida. Evitar grasas saturadas.
Snack mañana	• Crudités variados (zanahoria, apio, pepino) con hummus casero • Puñado de frutos secos	Fibra, grasas saludables y proteínas vegetales, bajo índice glucémico.
Almuerzo	• Ensalada de quinoa con aguacate, mango y rúcula • Salmón al horno con espárragos y patata dulce asada	Combinación de carbohidratos complejos, grasas omega-3, fibra y micronutrientes esenciales.

	• Agua natural o infusionada
Snack tarde	• Yogur natural o Fuente de probióticos, bebida vegetal con antioxidantes y ácidos grasos semillas de chía y esenciales. frutos rojos
Cena	• Crema de calabacín y Ligerero, rico en fibra, chirivía proteínas vegetales y • Ensalada de lentejas vitaminas, fácil digestión y con tomate cherry y saciante. pepino • Infusión digestiva

8.6. Detalles técnicos del menú

El menú está diseñado para ser equilibrio, incluyendo fuentes de proteínas magras como claras de huevo, legumbres y salmón; grasas beneficiosas provenientes de aguacate, frutos secos y pescado azul; y carbohidratos complejos como quinoa, batata y pan integral, a esto se suma una amplia variedad de frutas y verduras frescas para asegurar un aporte nutricional completo.

8.7. Alternativas vegetarianas y veganas

Platos como la ensalada de quinoa o la crema de vegetales son completamente aptos para personas veganas, el snack de yogur puede adaptarse fácilmente usando opciones de yogur de origen vegetal.

8.8. Garantía de calidad

Todos los alimentos se prepararán siguiendo los lineamientos del sistema HACCP, priorizando técnicas como la cocción al vapor y al horno para preservar los nutrientes y evitando el uso de frituras.

8.9. Presentación ciudadana

Se prestará especial atención al aspecto visual de los platos, incorporando colores naturales llamativos como los de la rúcula, el mango o los frutos rojos, además se utilizarán envases ecológicos que refuercen el compromiso con el medio ambiente.

8.10. Compromiso sostenible

La propuesta incluye ingredientes frescos de temporada y de origen local, completados con empaques biodegradables especialmente pensados para el servicio a domicilio.

8.11. Ejemplo de preparación para evento corporativo

Entrada:

Brochetas de frutas tropicales con salsa ligera a base de yogur

Plato fuerte: Salmón al horno con hierbas finas, acompañado de espárragos y puré de batata.

Postre:

Mousse de aguacate cacao sin azúcar añadido.

Bebidas:

Agua infusionada con frutas, hierbas frescas o cítricos; té e infusiones naturales

9. Cronograma de implementación

Etapas	Mes 1-2	Mes 3-4	Mes 5-6
Investigación de mercado	X		
Desarrollo de menús	X	X	
Prueba piloto		X	
Lanzamiento y promoción			X
Evaluación y expansión			X

10. Conclusiones

- Se identifica una demanda en aumento por servicios de alimentación saludable personalizada, especialmente en personas con agendas ocupadas que buscan soluciones prácticas y nutritivas, este contexto respalda la viabilidad de un emprendimiento de catering saludable.
- La personalización del servicio y el uso estratégico de plataformas digitales son elementos diferenciadores clave, ya que permiten facilitar el registro, la asesoría nutricional y la realización de pedidos, fortaleciendo la captación y fidelización del cliente.
- Aunque la inversión inicial requiere un análisis financiero detallado, experiencias previas muestran que el modelo puede ser rentable si se mantiene un control eficiente de costos y se establecen alianzas con proveedores orgánicos y especialistas en salud.
- El posicionamiento del negocio dependerá de una estrategia de marketing bien estructurada, capaz de comunicar de forma efectiva los beneficios de una alimentación saludable y el valor agregado de un servicio personalizado y sostenible.

11. Recomendaciones

- Diseñar una plataforma digital funcional y fácil de usar que permita gestionar pedidos y planes alimenticios personalizados, con opciones de filtrado según objetivos nutricionales y contacto directo con nutricionistas.
- Crear vínculos estratégicos con proveedores de alimentos saludables y profesionales del ámbito de la salud, como nutricionistas y entrenadores personales, para asegurar la calidad del servicio y aumentar su credibilidad.
- Ejecutar campañas de marketing digital dirigidas al público objetivo, utilizando redes sociales y contenido informativo que destaque los beneficios de comer sano y las ventajas del servicio de catering especializado.
- Monitorear constantemente la rentabilidad del negocio mediante indicadores financieros clave, como el VAN, TIR y flujo de caja, e implementar mejoras operativas que reduzcan costos y aumenten beneficios, incluyendo servicios complementarios como envíos gratuitos o planes promocionales

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alba, E. (2022). *Diseño de un Plan de Negocios para la creación de una empresa de Catering de Eventos Sociales en el Cantón Cayambe*. Obtenido de <http://repositorio.unibe.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/485/1/ALBA%20ALBA%20EVELYN%20ALEXANDRA.pdf>
- Alba, E. (2022). *Diseño de un Plan de Negocios para la creación de una empresa de Catering de Eventos Sociales en el Cantón Cayambe*. Obtenido de <http://repositorio.unibe.edu.ec/bitstream/handle/123456789/485/ALBA%20ALBA%20EVELYN%20ALEXANDRA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Calderón, L. (2024). *ESTRATEGIAS PARA LOGRAR LA EXCELENCIA EN SERVICIO Y CATERING DE EVENTOS EN HACIENDA SAN MARCOS*. Obtenido de <https://alejandria.poligran.edu.co/bitstream/handle/10823/7504/TRABAJO%20FINAL%20ESTUDIO%20DE%20CASO%20HACIENDA%20SAN%20MARCOS.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Castillo, J. (2022). *Auditoría de gestión al proceso de producción de la empresa Jean Up S.A.S periodo 2020*.
- Cedeño, V., Salazar, C., Vela, P., & Macias, T. (2024). *Desarrollo de un Plan de Negocios para QuinoaCrust Empanadas: Alimentación saludable y sustentable*. Obtenido de <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/7377/1/UIDE-G-TADM-2024-02.pdf>
- Cevallos, M. (2020). *Diseño de un plan de negocio para una empresa de catering con empaques biodegradables direccionada al sector ejecutivo de la ciudad de Latacunga*. . Obtenido de <https://repositorio.utc.edu.ec/items/fb8fcb31-2c91-4acd-86a5-858a98512367>

Chiliquinga, D., & Revelo, C. (2024). *Plan de negocios para la creación de una empresa dedicada a la provisión de servicios de alimentación personalizado de comida saludable para personas que asisten a gimnasios en el Norte de Quito*. Obtenido de <https://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/16576/1/UDLA-EC-TMAEGO-2024-03.pdf>

Gaibor, J. (2022). *Análisis del plan operativo anual*. Obtenido de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/18002/1/20T01620.pdf>

García, T. (2021). *EL CUESTIONARIO COMO INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN/EVALUACIÓN*. Obtenido de <https://lumen.uv.mx/resources/files/documents/2024/2/1/9868/4c5004ac-944c-4e29-a170-b6d4b10907cd.pdf>

Guachi, M. (2020). *Desarrollo del liderazgo infantil en los juegos grupales*. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/31899/1/TESIS%20FINALIZADA%20ELIZABETH%20GUACHI.pdf>

Gutiérrez, J. (2019). *PLAN DE NEGOCIO*. Obtenido de <https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/11263/1/PIUSDADM022-2020.pdf>

López, M. (2021). *Gestión de procesos en el sector de Catering: Un enfoque integral [Process Management in the Catering Industry: A Comprehensive Approach]*. Obtenido de <https://rperspectivasinvestigativas.org/index.php/multidisciplinaria/article/view/183>

Masabanda, M. (2024). *PLAN DE APROVISIONAMIENTO Y MONTAJE DE CATERING EXTERNO*. Obtenido de

<https://repositorio.puce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/9e058a79-ff66-47b4-85cb-0ecf8a4b4d66/content>

Mendoza, A. (2023). *Dirección de Posgrado, Cooperación y Relaciones Internacionales. Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Trabajo de Titulación, presentado como requisito para la obtención del grado de Magíster en Ingeniería Industrial con Mención en Sistemas Integrados* . Obtenido de <https://repositorio.uleam.edu.ec/bitstream/123456789/4790/1/ULEAM-POSG-ING.IND-015.pdf>

Monsalve, C., & Escobar, J. (2020). *Formulación de objetivos* . Obtenido de <https://comunicacionylenguaje.javeriana.edu.co/documents/2032648/2129838/Formulacion-de-objetivos.pdf/c5dacd42-1237-06f1-aeeb-2888c5f05947?t=1622647183501>

Montes, G. (2021). *METODOLOGÍA Y TECNICAS DE DISEÑO Y REALIZACIÓN DE ENCUESTAS EN EL AREA RURAL*. Obtenido de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0040-29152000000100003

Morales, C. (2020). *Plan de Negocios para la Creación de una Empresa de Investigación de Mercados* . Obtenido de <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/4121/1/T-UIDE-1344.pdf>

Moreno, M. (2022). *“Implementación del sistema HACCP en un servicio de catering”*. Obtenido de <https://dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/59628/1/T-113908%20Merlly%20Mishel%20Moreno%20Marquez.pdf>

Moseley, W. (2021). *Los efectos de la COVID-19 en la seguridad alimentaria y la nutrición: elaboración de respuestas eficaces en materia de políticas para abordar la pandemia del hambre y la malnutrición* . Obtenido de

<https://openknowledge.fao.org/server/api/core/bitstreams/230d7b94-76e9-4a96-8b26-bcf12a4acd67/content>

Muñoz, A. (2020). *Revisión documental* . Obtenido de

<http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/14791?mode=full>

Obando, P. (2022). *FACTORES ASOCIADOS AL GRADO DE CUMPLIMIENTO DE LA LISTA DE VERIFICACIÓN*. Obtenido de

https://repositorio.upch.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12866/13293/Factores_BustamanteOrdenez_Sonaly.pdf?sequence=1

Ochoa, S., & Medina, C. (2022). *Impacto del marketing holístico del sector de catering de la empresa “Postres y Refrigerios” por medio de una estrategia empresarial en la ciudad de Bogotá Colombia*. Obtenido de <file:///C:/Users/Downloads/Dialnet-ImpactoDelMarketingHolisticoDelSectorDeCateringDeL-8754466.pdf>

Ongay, M., Silva, G., & Balbanian, J. (2024). *Impacto del COVID-19 en la seguridad alimentaria y nutricional de la población rural: El caso de La Hilera y Clara del departamento de Tacuarembó, Uruguay* . Obtenido de http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2477-90752024000200112

Paredes, S. (2015). *Deficiente participación de las y los jóvenes y sus efectos en el desarrollo social y económico de la parroquia Tocachi del Cantón Pedro Moncayo* .

Pontón, M. (2020). *PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA*.

Obtenido de <https://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/13249/1/UDLA-EC-TICAM-2020-03.pdf>

- Rovira, M. (2019). *PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN ESTABLECIMIENTO DE CATERING Y BUFETS EMPRESARIAL- DE EVENTOS SOCIALES EN LA CIUDAD DE VENTANAS*. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/oel/2019/04/creacion-establecimiento-catering.html/hdl.handle.net/20.500.11763/oel1904creacion-establecimiento-catering>
- Sánchez, D., Potes, L., & Ortega, G. (2022). *Mercados saludables y su contribución a la transformación organizacional*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/280/28073811011/28073811011.pdf>
- Sarabia, C. (2013). Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/1726/1/T-UC-0013-TS21.pdf>
- Silva, L. (2023). *Estudio de mercado para la demanda de comida saludable en el cantón La libertad 2022* . Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/9288/1/UPSE-TAE-2023-0023.pdf>
- Suárez, E. (2020). *Servicio de catering* . Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/6077/1/UPSE-TAE-2021-0040.pdf>
- Universidad del desarrollo. (2019). *OBJETIVOS: GENERAL Y ESPECÍFICOS*. Obtenido de <https://innovaciondocente.udd.cl/files/2021/12/3.objetivos-general-y-especifico.pdf>
- Valdiviezo, E. (2023). *ESTRÉS LABORAL EN LOS COLABORADORES DE UNA EMPRESA DE CATERING DEL AEROPUERTO DE QUITO*. Obtenido de <https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/17598/1/UA-MSO-EAC-007-2024.pdf>

Véliz, T. (2020). *Estilos de vida y salud: Estudio del caso de los estudiantes de la facultad de ciencias médicas, Universidad de San Carlos de Guatemala* . Obtenido de https://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/454898/TPVE_TESIS.pdf

Vinces, V. (2019). *PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN ESTABLECIMIENTO DE CATERING*. Obtenido de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/2775/1/T-ULVR-2557.pdf>

Zambrano, Y. (2024). *Estrategias para la logística y operaciones en servicios de banquetes y catering Hotel 5 estrellas*. Obtenido de <http://biblioteca.uteg.edu.ec:8080/bitstream/handle/123456789/2406/Estrategias%20para%20la%20log%C3%ADstica%20y%20operaciones%20en%20servicios%20de%200banquetes%20y%20catering%20Hotel%205%20estrellas..pdf?sequence=1&isAllowed=y>

ANEXOS

ANEXO 1

Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES															
Detalle	Septiembre		Octubre				Noviembre					Diciembre			
	1	2	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4
Asignación del tutor por parte de Comisión Académica.															
Revisión de la justificación y problemática.															
Desarrollo del objeto, campo y objetivo del proyecto de investigación.															
Determinación de las variables dependientes e independientes.															
Determinación de la población y muestra a ser analizada.															
Determinación de los métodos y técnicas a utilizar en la investigación.															
Desarrollo del marco teórico con temas generales y bibliografía.															
Presentación de la propuesta a comisión académica.															

ANEXO 2

1. ¿Con qué frecuencia consume alimentos saludables fuera de casa?

- Nunca
- Rara vez (menos de una vez al mes)
- Ocasionalmente (1-3 veces al mes)
- Frecuentemente (1-3 veces a la semana)
- Siempre (casi todos los días)

2. **¿Qué tan importante es para usted que los alimentos ofrecidos por un servicio de catering sean saludables?**

- Nada importante
- Poco importante
- Neutral
- Importante
- Muy importante

3. **¿Cuáles son los principales motivos por los que elegiría un catering de alimentos saludables? (Puede seleccionar más de una opción)**

- Mejorar mi salud
- Controlar mi peso
- Recomendación médica
- Sabor y calidad
- Tendencia o moda

4. **¿En qué tipo de eventos le gustaría contar con un servicio de catering saludable? (Puede seleccionar más de una opción)**

- Eventos empresariales
- Fiestas o celebraciones familiares
- Eventos deportivos o de bienestar
- Conferencias o talleres educativos

5. ¿Cuál es el rango de precio que estaría dispuesto a pagar por un menú saludable por persona?

- Menos de \$10
- Entre \$10 y \$20
- Entre \$21 y \$30
- Más de \$30

6. ¿Qué opciones le gustaría encontrar en el menú de un catering saludable?
(Puede seleccionar más de una opción)

- Opciones veganas
- Opciones vegetarianas
- Opciones sin gluten
- Opciones bajas en calorías
- Opciones sin azúcar añadida

7. ¿Qué tan dispuesto estaría a pagar un precio más alto por ingredientes orgánicos o de origen local?

- Nada dispuesto
- Poco dispuesto
- Neutral
- Dispuesto

- Muy dispuesto

8. **¿Por qué medio buscaría o contrataría un servicio de catering saludable? (Puede seleccionar más de una opción)**

- Redes sociales (Facebook, Instagram, etc.)
- Página web oficial
- Recomendaciones de amigos o familiares
- Ferias o eventos de salud
- Aplicaciones de delivery

9. **¿Cuáles son sus expectativas más importantes respecto al servicio de catering saludable? (Puede seleccionar más de una opción)**

- Calidad y frescura de los ingredientes
- Variedad en el menú
- Presentación atractiva de los platos
- Puntualidad en la entrega
- Atención al cliente

10. **¿Qué sugerencias o recomendaciones daría a una empresa de catering especializada en alimentos saludables?**

- Ofrecer menús personalizados según necesidades
- Incluir información nutricional clara
- Promociones y descuentos frecuentes

- Opciones para personas con alergias

Link de encuesta

<https://docs.google.com/forms/d/1NaHT2hHkctengghNZT9kqVIlt1FdWu-snEPLBy-9EVBA/edit?hl=es>