

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE AGRICULTURA
OFERTA DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS ELABORADOS EN LOS
COMEDORES (RESTAURANTES) EN LA CIUDAD DE CATACAMAS
OLANCHO.**

**POR:
DEYSI DEL CARMEN CORRALES**

**DIAGNOSTICO
PRESENTADO A LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE AGRICULTURA
COMO REQUISITO PREVIO A LA OBTENCION DEL TITULO DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS
AGROPECUARIAS**



CATACAMAS

HONDURAS C.A

NOVIEMBRE 2025

**DIAGNOSTICO DE LA OFERTA DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS
ELABORADOS EN LOS COMEDORES (RESTAURANTES) EN LA
CIUDAD DE CATACAMAS OLANCHO**

POR:

DEYSI DEL CARMEN CORRALES

FRANCISCO JAVIER MEDINA. M.Sc.

Asesor Principal

DIAGNOSTICO

**PRESENTADO A LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE AGRICULTURA COMO
REQUISITO PREVIO A LA OBTENCION DEL TITULO DE**

LICENCIADA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS AGROPECUARIAS

CATACAMAS, OLANCHO

HONDURAS C.A

NOVIEMBRE DEL 2025

DEDICATORIA

Primeramente, a Dios todo poderoso por haber iluminado mi mente y por darme la oportunidad de culminar una más de mis metas en la vida

A MI FAMILIA. Por toda su ayuda, apoyo, comprensión y todas sus oraciones en cada momento de mi vida, siempre estuvieron a mi lado brindándome amor, confianza y ánimo, gracias por toda, su ayuda y consejos.

A MIS HERMANOS infinitamente gracias por estar siempre brindándome su apoyo incondicional en el transcurso de mi preparación.

A MIS COMPAÑEROS Y AMIGOS, gracias por su esfuerzo y colaboración y por sobre todo por su amistad sincera en todos estos años, fuimos un gran equipo y gracias Dios hoy llegamos al final de este recorrido.

FINALMENTE, A MIS ASESORES por ser mis guías y consejeros en mi trabajo de tesis por compartir sus conocimientos y estar siempre perfeccionando cada detalle de este trabajo de investigación.

AGRADECIMIENTOS

AGRADESCO A DIOS TODOPODEROSO por ser el pilar fundamental de mi vida y guiarme por el camino hacia la culminación de una de mis metas alcanzadas.

A LA UNIVESIDAD NACIONAL DE AGRICULTURA (UNAG) Y DOCENTES por permitirme ser parte de tan prestigiada institución, por compartir todos sus conocimientos y experiencias y hacer de cada estudiante un profesional exitoso.

A MI ASESOR PRINCIPAL: M.S.C. FRANSISCO JAVIER MEDINA por haberme asistido, asesorado técnicamente y por dedicar gran parte de su tiempo en la realización de este trabajo.

A MIS ASESORES AUXILIARES: M. Sc. NERY ESCOBAR y al M.sc. MARIANO GUILLEN por apoyarme con sus conocimientos, sugerencia y esmero para realizar y finalizar mi trabajo de tesis.

Agradezco a todos mis docentes que contribuyeron a mi formación académica y por su apoyo.

A mis compañeros orgullosamente de la carrera de Administración de Empresas Agropecuarias por compartir momentos inolvidables.

A todos los restaurantes y comedores de nuestra ciudad Catacamas por haber confiado y colaborado en dar información acerca de sus empresas.

CONTENIDO

	Pág.
Dedicatoria.....	iii
Agradecimientos.....	iv
Contenido.....	v
Lista de Cuadros	vii
Lista de Figuras.....	viii
I. Introducción.....	1
II. JUSTIFICACIÓN	2
Objetivo general	2
3.2 objetivos específicos.....	2
IV. Revisión de Literatura	2
4.1 Oferta	2
4.1.1 Los principales determinantes de la oferta	2
4.2. Datos socio económicos de Catacamas	8
4.2.1 El ingreso per cápita	8
4.2.2. Empresa:.....	9
4.2.3. Establecimiento	9
4.2.4. Total, de Establecimientos por Municipio	10
4.2.5. PORCENTAJE DE ESTABLECIMIENTOS	10
4.3. COMEDORES (RESTAURANTES).....	11
4.3.1 Tipos.....	11
4.3.2 Historia de Comedores (restaurantes).	12
4.3.3 Diferencias de un restaurante y los comedores	14
4.3.4 Propósitos de servicios de alimentación de tipo No comerciales.....	14
4.3.5 Gastronomía de Honduras en los restaurantes o comedores	15
4.4. Diagnostico.....	16
V. Materiales Y Métodos	5
5.1 Descripción general del área de estudio	5
5.2 Materiales y equipo	18
5.3 Método de recolección de datos	18
5.3.1 Método de observación	18

5.4 Tabulación y análisis de las encuestas.....	19
4.5 Variables a Evaluar.....	19
4.5.1 Precio:.....	19
4.5.2 Tecnología.....	19
4.5.3 Costo de producción.....	19
4.6. Operacionalización.....	20
VI. Resultados Y Discusión	18
6.1 Tiempo de poseer el Restaurante o Comedor.....	18
6.2 Personas que administran su Restaurante o Comedor.....	18
6.3 Usted considera que su restaurante es un negocio familiar.....	22
6.5 Tipo de menú que ofrece a sus clientes.....	23
6.6. Cuenta con tecnología avanzada	24
6.7. Equipo que posee su restaurante al momento de elaboración de sus platillos .	25
.6.8. Precios de los platillos que usted ofrece	25
6.9. Estrategia con que cuenta usted a la hora de establecer el precio de sus platillos	
¡Error! Marcador no definido.	
6.10 Maneja en su restaurante ventas al crédito	27
6.11 Cuenta el restaurante o comedor con entregas adomicilio.	27
6.12 Principal estrategia que emplea en su restaurante para atraer y retener sus clientes.....	28
6.13 Especialidad de so comedor (restaurante)	29
6.14 Parámetros para medir el control de calidad que aplica en su restaurante o comedor	30
Vii. Cronograma De Actividades.....	¡Error! Marcador no definido.
VIII Conclusiones.....	23
IX. Recomendaciones.....	22
X. Bibliografía	22
Anexos De La Encuesta	34

LISTA DE CUADROS

Tabla 1: Total de establecimientos del departamento de Olancho.....	10
Tabla 2: Precios de los platillos que usted ofrecen.	25
Tabla 3: Cronograma de Actividades.....	¡Error! Marcador no definido.

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1 Desplazamiento de la demanda.	5
Figura 2: Desplazamientos hacia la derecha de la curva de oferta	5
Figura 3: Figura de desplazamientos hacia la izquierda de la curva de oferta.	6
Figura 4 Figura de equilibrio de mercado	7
Figura 5 Exceso de oferta en el equilibrio.	7
Figura 6: Grafica percapita del Municipio de Catacamas	9
Figura 7: Grafica de porcentajes de establecimientos	11
Figura 8: Mapa de Catacamas y área de estudio	5
Figura 9: Antigüedad de poseer el Restaurante o Comedor	18
Figura 10: Personas que administran su Restaurante o Comedor.	22
Figura 11: Restaurante es un negocio familiar	22
Figura 12: Cantidad de clientes que ingresan a diario en su restaurante.	23
Figura 13: Menú que ofrece a sus clientes.	24
Figura 14: Tecnología avanzada	24
Figura 15: Equipo que posee su restaurante.	25
Figura 16: Precios de los platillos.	26
Figura 17: Ventas al crédito en su restaurante.	27
Figura 18: Entregas a domicilio.	28
Figura 19: Parámetros para medir el control de calidad.	31

I. INTRODUCCIÓN

Los servicios de alimentación han existido desde hace muchos años, hoy día son un valioso recurso para que los individuos de diferentes edades y condiciones de salud puedan tener alimentos para satisfacer su necesidad fisiológica, esta necesidad se va agudizando aún más con la inserción de las mujeres al área laboral, la implementación de escuelas de tiempo completo, el incremento de programas e instituciones de asistencia pública. (Universidad, S.F.)

La oferta es la relación entre la cantidad de bienes ofrecidos por los productores y el precio de mercado actual. Gráficamente se representa mediante la curva de oferta. Debido a que la oferta es directamente proporcional al precio, las curvas de oferta son casi siempre crecientes. Además, la pendiente de la curva de oferta suele ser también creciente (es decir, suele ser una función convexa), debido a la ley de los rendimientos decrecientes.

El propósito de esta investigación es realizar un estudio en la oferta para conocer las respuestas de los potenciales consumidores de productos alimenticios por medio de un comedor o restaurante, en la Ciudad de Catacamas, analizando la oferta con el fin de determinar que productos ofrecen los comedores a la población.

II. JUSTIFICACIÓN

La sociedad, cada día, tiende a ser más acelerada por el tiempo, todo pasa más rápido y ya el tiempo no alcanza, puesto que se ha convertido en un factor limitante. Las familias, los trabajadores y hasta los mismos niños, comen cada vez menos en sus casas. La tendencia está en alimentarse fuera del hogar, así que recurren a restaurantes, algo que les haga más fácil la vida, donde puedan socializar a la vez y ahorra tiempo.

Las personas cada día buscan en estos sitios un factor que los diferencie de los demás, que les brinde un mejor servicio, mejor calidad e innovación en la preparación de los alimentos. Durante años, el crecimiento económico ha permitido que aumente la tendencia a crear empresa y los empresarios ven la gastronomía como una gran oportunidad puesto que es un negocio que genera empleo y a la vez utilidades.

El secreto del éxito en este tipo de negocio está en la innovación, tanto en la gastronomía y en el servicio al cliente, como en una ambientación diferente del lugar. Se crea con el fin de beneficiar a las personas del sector mediante un excelente servicio, permitiéndonos ofrecer una agradable atención al cliente donde se sientan a gusto, les permita regresar a degustar nuestra calidad de comida y nuestro ambiente familiar. Buscamos la satisfacción de su paladar con bebidas y comida hondureña, en un espacio cerrado que cuente con los máximos estándares de calidad y servicio personalizado diferente al que se está acostumbrado.

III. OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Analizar la oferta de productos alimenticios y conocer lo que ofrecen a la población con sus variados menús, comedores (restaurantes) en la ciudad de Catacamas Olancho.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Conocer la oferta gastronómica de comedores(restaurantes)en nuestra ciudad de Catacamas, Olancho.
2. Identificar los diferentes menús ofrecidos según el establecimiento en la ciudad de Catacamas.
3. Evaluar el precio de los principales platillos que ofrecen los comedores (restaurantes)de la ciudad de Catacamas, Olancho

IV. REVISIÓN DE LITERATURA

4.1 Oferta

La oferta es la cantidad de bienes y servicios que diversas organizaciones, instituciones, personas o empresas están dispuestas a poner a la venta, es decir, en el mercado, en un lugar determinado (un pueblo, una región, un continente) y a un precio dado, bien por el interés del oferente o por la determinación pura de la economía. Los precios no tienen por qué ser iguales para cada tipo de productos e incluso en un mismo producto, dos oferentes diferentes pueden decidir poner un precio diferente (Pedrosa, 2020).

Según pedrosa 2020, con la diversificación y tecnificación de la economía, el concepto de oferta ha ido en evolución constante a lo largo de tiempo. Desde una única unidad de venta (por ejemplo, la oferta de pan en la Edad Media era única y a un precio fijo), hasta contar con verdaderas **discriminaciones de precios**, en función de calidad, la cantidad, el lugar donde se ofrezca e incluso al mercado objetivo al que vaya destinado.

La oferta es la relación entre el precio de un bien y las cantidades que las empresas desearían ofrecer de ese bien “ceteris paribus” (Franco, 2022).

4.1.1 Los principales determinantes de la oferta

- El precio del bien
- El coste de los factores productivos
- El nivel tecnológico Como acabamos de ver, los cambios que se producen en los precios, dado que esa es la variable que hemos optado por poner en el eje de ordenadas, generan desplazamientos a lo largo de la curva de oferta.

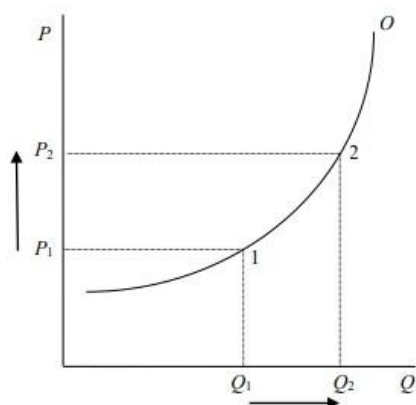


Figura 1 Desplazamiento de la demanda.

Si las variaciones se producen en cualquier otro de los factores que habíamos considerado constantes, observaremos que se producen desplazamientos de la curva de oferta, como ocurre en la figura. Así, por ejemplo, si el coste de los factores productivos disminuye, o si mejora la tecnología y pueden producir a menores costes, los productores estarán dispuestos a vender una cantidad mayor a cada nivel de precios. Es lo que representamos a continuación:

Desplazamientos hacia la derecha de la curva de oferta

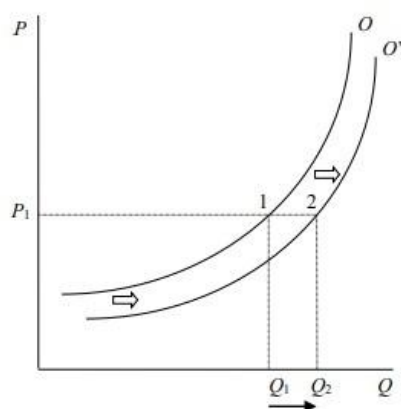


Figura 2: Desplazamientos hacia la derecha de la curva de oferta

Al precio P_1 , los productores estaban dispuestos a ofertar Q_1 unidades; al disminuir el coste de los factores productivos necesarios para fabricar ese bien, a ese mismo nivel de precios están dispuestos a ofertar Q_2 unidades, pasando del punto 1 al punto 2. Esto ocurrirá para cada nivel de precios. La función de oferta se desplazará consecuentemente desde O a O' .

Del mismo modo, si mejora la tecnología y son capaces de producir más eficientemente, la función de oferta se desplazará hacia la derecha. La oferta se desplazará hacia la izquierda, como ocurre en la figura 2.7, si aumenta el coste de los factores productivos –incluyendo aquí, incluso, un aumento de la fiscalidad sobre las empresas- o si se utiliza una tecnología más ineficiente.

Desplazamientos hacia la izquierda de la curva de oferta

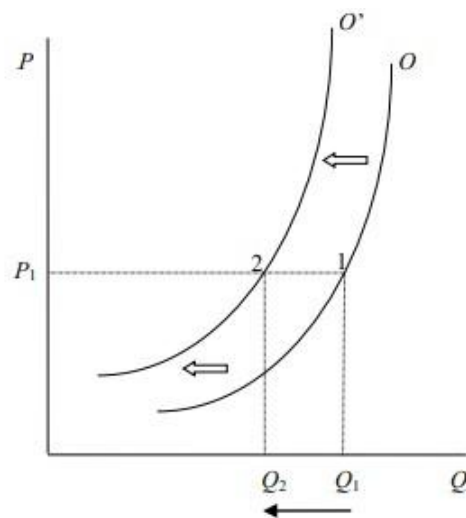


Figura 3: Figura de desplazamientos hacia la izquierda de la curva de oferta.

Para cada nivel de precios de un bien, existirá una cantidad de dicho bien que los consumidores desearán adquirir (lo que nos señala la función de demanda) y una cantidad que los productores estarán dispuestos a producir (lo que nos indica la función de oferta). El precio para el que la cantidad demandada y la cantidad ofertada coinciden es el precio de equilibrio (P^*). A ese precio, los consumidores adquieren todo lo que desean comprar, y los productores venden todo lo que desean vender. La cantidad intercambiada es la cantidad de equilibrio (Q^*). Vemos la representación de ambos en la figura 2.8. Figura 2.8: El equilibrio del mercado

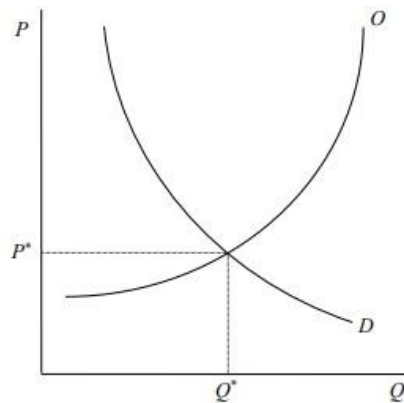


Figura 4 Figura de equilibrio de mercado

Si el precio (P_1) fuese superior al precio de equilibrio (P^*), existiría exceso de oferta (o escasez de demanda), pues los productores estarán dispuestos a vender una cantidad (Q_O) superior a la de equilibrio (Q^*), mientras que los consumidores desearán adquirir (Q_D) una cantidad inferior a la misma, como en la figura 2.9.

Exceso de oferta provocado por un precio superior al de equilibrio

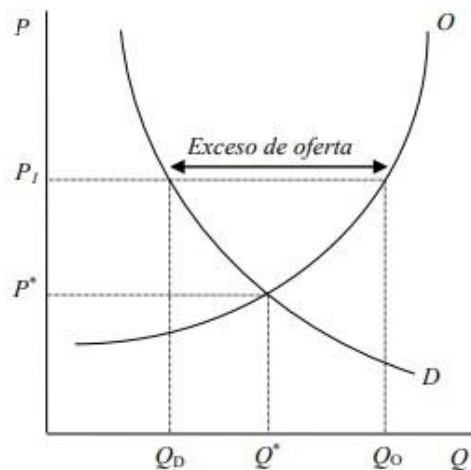


Figura 5 Exceso de oferta en el equilibrio.

Una oferta es algo más que solo contar con los recursos y la tecnología para producir algo. Los recursos y la tecnología son las restricciones que limitan las posibilidades. Pueden producirse muchas cosas útiles, pero no se producen a menos que hacerlas sea rentable. La

oferta refleja una decisión respecto de cuales artículos son tecnológicamente factibles de producir (Mercados, s.f).

Si una empresa ofrece un bien o servicio, es porque

1. Tiene los recursos y la tecnología para producirlo.
2. Puede obtener utilidades a partir de su producción.
3. Planea producirlo y venderlo.

Según mercado s.f., la cantidad ofrecida de un bien o servicio es el monto que los productores planean vender durante un periodo de tiempo determinado y a un precio específico. La cantidad ofrecida no es necesariamente la misma que la que se vende en realidad. En ocasiones la cantidad ofrecida es mayor que la cantidad demandada, así que la cantidad vendida es menor que la cantidad ofrecida.

4.2. Datos socio económicos de Catacamas

4.2.1 El ingreso per cápita

Es un indicador que hace referencia a la capacidad que existe en la municipalidad para atender a la población de su municipio por medio de programas, proyectos y gastos administrativos. En ese sentido, se espera que, bajo este supuesto, las municipalidades con mayores ingresos per cápita reflejan mejores estudios de desarrollo en el municipio. Su construcción se realiza por medio del cociente de la población total del municipio entre los ingresos propios. El Gráfico 8 muestra el comportamiento de ambas variables, así como del valor del indicador ponderado en función de la tabla de ponderaciones descrita en la sección de la metodología (Republica, 2022).

Gráfico 8: Ingreso Per Cápita del municipio de Catacamas



Fuente: Elaboración con base en datos de la cuenta financiera municipal y del INE.

Figura 6: Grafica per cápita del Municipio de Catacamas

4.2.2. Empresa:

Se entiende por empresa una entidad institucional en su calidad de productora de bienes y servicios. Una empresa es un agente económico con autonomía para adoptar decisiones financieras y de inversión y con autoridad y responsabilidad para asignar recursos a la producción de bienes y servicios y que puede realizar una o varias actividades productivas (Sosa, 2021).

4.2.3. Establecimiento

Según Sosa, 2021 el establecimiento se define como una empresa o parte de una empresa ubicada en un único emplazamiento y en la que sólo se realiza una actividad productiva (no auxiliar) o en la que la actividad productiva principal genera la mayor parte del valor añadido.

4.2.4. Total, de Establecimientos por Municipio

Durante el año 2021, el total de establecimientos económicos registrados en el Departamento de Olancho fue de 7,359 distribuidos en 12 Municipios de acuerdo a la información disponible de los 23 que conforman el Departamento (Sosa, 2021).

Total de Establecimientos Económicos en el departamento de Olancho por Municipios registrados al año 2021

Departamento	Municipio	Establecimientos
Olancho	Catacamas	3,692
	Juticalpa	1,087
	San Esteban	811
	Campamento	452
	San Francisco de la Paz	326
	Santa María del Real	316
	La Unión	245
	San Francisco de Becerra	130
	Gualaco	118
	Salama	92
	Concordia	50
	Jano	40
Total		7,359

Fuente: INE, con datos administrativos brindados por las Alcaldías del Departamento de Olancho al año 2021

Tabla 1: Total de establecimientos del departamento de Olancho.

De acuerdo al Cuadro No. 1, Catacamas es el Municipio que presenta más establecimientos económicos, seguido de Juticalpa y San Esteban.

4.2.5. PORCENTAJE DE ESTABLECIMIENTOS

Según los datos del departamento de Olancho, el Municipio que refleja la mayor participación porcentual es Catacamas con un 50.2% de establecimientos en relación al total. Le sigue Juticalpa con una cobertura de un 14.8%, San Esteban obtiene el 11.0% del total, y Campamento alcanzando un 6.1%, los demás municipios andan por debajo de este

porcentaje. Entre los municipios con menor porcentaje tenemos: Concordia con 0.7% y Jano con un 0.5% del total.

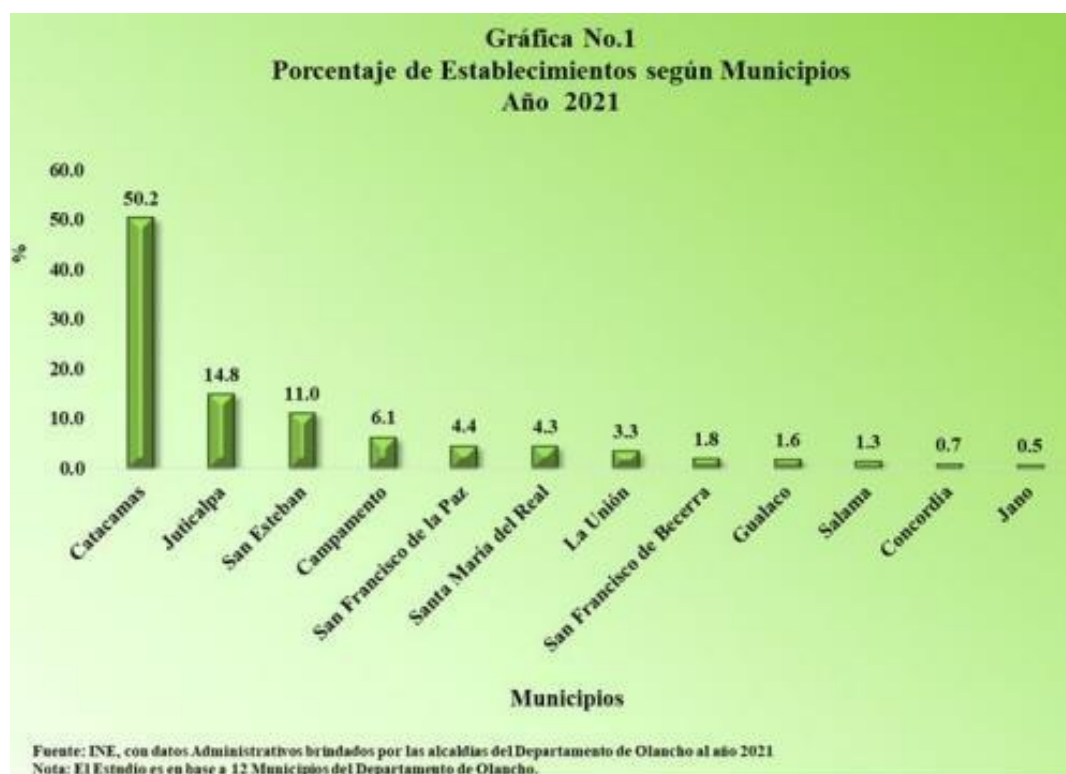


Figura 7: Grafica de porcentajes de establecimientos

Las cifras mostradas en la Gráfica No.1 representan a los Municipios que reportaron sus establecimientos. Dichas cifras estarán sujetas a cambio en la medida que se incorporen nuevos datos.

4.3. COMEDORES (RESTAURANTES)

Restaurante es un lugar público donde se presta un servicio de comida y bebidas a las personas que deseen satisfacer su apetito, con el fin de cubrir una necesidad.

4.3.1 Tipos

En la actualidad existen varios tipos de restaurantes que se adaptan a todas las necesidades de los comensales, por ejemplo, con las nuevas tendencias gastronómicas han surgido los restaurantes temáticos, los de fusión o restaurantes de autor. Por otra parte, se mantienen

los restaurantes tradicionales o convencionales, restaurantes gourmet, de especialidad y los más conocidos fast-food. En el Ecuador son muy comunes este tipo de establecimientos y siendo los más populares los restaurantes fast-food ya que la mayoría de los restaurantes en el Ecuador se van por esta línea.

Debido a la evolución de las costumbres sociales el acto de alimentarse ha ido evolucionando desde la más pura necesidad de subsistir hasta la sofisticación del deleite por el placer de comer. Los humanos nos diferenciamos del resto de seres vivos por nuestra capacidad por manipular materias primas para conseguir nuevos productos para nuestra alimentación (FECOGA, 2017).

Según FECOGA 2017, la cocina es la pieza o sitio donde se guisa la comida, los útiles, materiales e instrumentos necesarios han ido cambiado desde la prehistoria hasta la actualidad de forma muy acelerada. El espacio cocina también ha ido evolucionando desde los hogares prehistóricos hasta los espacios tecnológicos de hoy en día, pasando por las cocinas conventuales medievales, las cocinas papales o cortesanas, y por la revolución francesa con la creación de los restaurantes.

Según FECOGA 2017, es en este punto donde cabe definir la palabra restaurante con una aproximación histórica: En 1765, un hombre llamado Boulanger (Panadero) vendía sopas bajo un letrero en latín: “Venite ad me omnes qui stomacho laboratis et ego restaurabo vos” (“Venid a mi casa hombres que tenéis el estómago débil y yo os restauraré”). De esa frase viene el nombre de los establecimientos que venden comida. Así podemos apreciar que el restaurante, es el (-nte), agente el que hace la acción) que vuelve (re-) a parar (stare) a los caídos de hambre. Restaurante viene del francés “restaurant”, y este del latín “restaurare”, reparar. La idea es que la comida “repara el estómago vacío”.

4.3.2 Historia de Comedores (restaurantes).

En todo el planeta existen las cocinas callejeras, desde los anticuchos en Lima cerca del estadio, los vendedores de kebab (brochettes) en el Magreb, los choripanes porteños. Todo vuelve: hay un glorioso retorno a la cocina callejera que se instaló nuevamente como

vanguardia y la practican grandes cocineros como alternativas a probar algunos de sus platos con la mano, una finger food sabrosa y moderna para gourmet apurados (Gourmet, s.f).

Pero volviendo a los orígenes, fue en el siglo XVI cuando nació ese concepto de alimento que restaura, utilizado por un tal Boulanger, “comerciante en sopas “. En realidad, el restaurante moderno tal como se lo concibe hoy día, no sólo en Occidente, con mesas separadas, carta, precios, una estructura de servicio, etc. nace a fines del siglo XVIII en Europa. Los restaurantes para todos nacieron como una consecuencia de la Revolución Francesa, del acceso al poder de una burguesía. Los primeros en disfrutar de estos beneficios de un negocio nuevo fueron los cocineros de las casas nobles, cuyos dueños partieron de este mundo o se fueron a otro lugar en el mundo. Y existió la posibilidad de disfrutar de los hedonismos antes solo reservado a los nobles.

El restaurante más antiguo se fundó, según el Larousse Gastronomique, en 1782 en la parisina calle Richelieu con el nombre La Gran Taberna de Londres. Por primera vez en la historia se servía a horas y precios fijos, cartas con la lista de las propuestas y en pequeñas mesas individuales. De esa época data el Procope, un lugar que nació como café y devino rápidamente restaurante. Aun lo sigue siendo, un lugar encantador al que vuelvo toda vez que puedo. Sus platos, ay, no son deslumbrantes, pero se impone conocer este sitio en Saint Germain.

En Buenos Aires, mi ciudad, el primer restaurante de lujo, donde se servían y se siguen sirviendo platos clásicos fue el Grill del Plaza Hotel. Elegante, siempre igual a sí mismo. Convive ahora con sitios étnicos, restaurantes de diseño, bistrós experimentales con las técnicas de la cocina molecular, bodegones de toda la vida con impronta ítalo -española, una identidad argentina y los restaurantes a puertas cerradas, inspirados en los que surgieron hace unos años en Cuba. Y, por supuesto, los locales de fast food. Algunos los aman, otros los odian. Todos de un modo u otro nos restauran. Los restaurantes se institucionalizaron, aunque convivieron en Europa con las posadas donde se seguían sirviendo las especialidades de la región. Después vendrían las diferentes opciones, desde el pequeño bistró, bodegón, cevicherías y lugares con fuerte identidad regional y urbana, hasta los grandes restaurantes gastronómicos estrellados.

4.3.3 Diferencias de un restaurante y los comedores

Un restaurante es un lugar donde se sirven comidas preparadas para los clientes. Los restaurantes suelen tener un menú con varias opciones de platos, y a menudo tienen un personal especializado, como cocineros y camareros, para preparar y servir las comidas. Los restaurantes pueden ser de diferentes tipos, como restaurantes de comida rápida, restaurantes de comida gourmet, restaurantes de comida vegetariana, entre otros (Soolucionna, s.f.).

Según Soolucionna s.f. por otro lado, un comedor es un lugar donde se sirve comida en un ambiente más casual y familiar. Los comedores pueden estar dentro de un hogar, una institución educativa, un lugar de trabajo, un hotel, entre otros. Los comedores a menudo están administrados por un personal interno, y no necesariamente tienen un menú con opciones, se sirve comida cotidiana, dependiendo del lugar donde se encuentra.

Propósito de servicios de alimentación de tipo Comercial Producir ganancias al propietario prestando un servicio completo el cual consiste en la preparación, la venta, y el suministro de alimentos preparados de forma apetitosa y de buena calidad de tal manera que sea atractiva al cliente al servirla con personal atento y competente (Universidad, S.F.).

4.3.4 Propósitos de servicios de alimentación de tipo No comerciales

- a) Comedor de fábricas/industriales: Ofrecer alimentos a los empleados de la institución que le permitan acrecentar sus niveles de productividad y a la vez otorguen satisfacción.
- b) Comedores escolares: Contribuir a través de una alimentación apropiada al logro del máximo aprovechamiento y rendimiento escolar, así como de crear en ellos buenos hábitos alimentarios.
- c) Reclusorio. Proveer de una alimentación acorde a sus necesidades y requerimientos actuales para mantener un estado de salud óptimo en cada uno de los internos y prevenir posibles enfermedades.

- d) Asilo de ancianos: Proporcionar alimentación adecuada a las características físicas y necesidades de los ancianos, para prevenirles complicaciones a sus condiciones actuales y prolongar su vida.
- e) Guarderías: Proporcionar una alimentación que contribuya al buen crecimiento y desarrollo de los infantes, además de fomentarles hábitos alimentarios favorables.
- f) Hospitales: Brindar una alimentación adecuada que contribuya a el mejoramiento de la salud de los enfermos (Pohlenz M., 1996), además de: o Proporcionar alimentos que, bajo un criterio higiénico-sanitario, sean totalmente inocuos y seguros para los enfermos hospitalizados. o Proporcionar una dieta equilibrada tanto cuantitativa como cualitativamente, con el fin de evitar riesgos de una posible desnutrición del enfermo. (Ruiz. T. (s. f.).

4.3.5 Gastronomía de Honduras en los restaurantes o comedores

El valor gastronómico de Honduras se extiende más allá de los platos basados en maíz como las tortillas. Los platillos locales también incluyen mariscos, carne (sobre todo aves de corral), arroz, legumbres o verduras, quesos y mantequilla de la zona, así como frutas tropicales, entre ellos los plátanos (UNITEC, 2023).

Según UNITEC 2023, al hablar de la gastronomía hondureña también es importante mencionar los platos que se consumen durante las fiestas. En la semana de Pascua, por ejemplo, se suele comer pescado, por lo general seco. Es así puesto que en esta época del año está prohibido el consumo de carne, esto para quienes siguen la religión cristiana. Un plato típico es la sopa de pescado seco.

En los desfiles patrios es común encontrar puestos de venta de comida, que incluyen desde baleadas y tamales de pollo, hasta carne asada y tamalitos de frijoles. En Navidad y Año Nuevo, se suelen comer nacatamales, torrijas, sopa de tapado olanchano, entre otros (UNITEC, 2023).

4.4. Diagnostico

El diagnóstico desde su origen etimológico griego implica un tipo de conocimiento que se adquiere de forma indirecta, por lo que es considerado una aproximación a lo que pretende conocerse. Específicamente en el campo educativo, el diagnóstico cubre una gama amplia de fenómenos y actividades tanto de instituciones como de sujetos o grupos. En términos generales, el diagnóstico educativo es útil para generar información y consecuentemente tomar decisiones, por lo que en ese sentido cobra especial importancia el papel del contexto (González-Machado & Soto Curiel, S.f.).

V. MATERIALES Y MÉTODOS

5.1 Descripción general del área de estudio

La investigación se realizará en la ciudad de Catacamas, la cual fue creada el 24 de enero de 1898 se le confirmó el título de Ciudad 2, está situada entre los extensos Ríos Guayape, y Patuca; su cabecera se ubica en el valle de Catacamas, limita al norte con Municipios de Gualacó, San Esteban y Dulce Nombre de Culmí,

Al Sur Municipio de Danlí y Al Oeste, Santa María del Real, San Francisco de Becerra y Juticalpa, con una extensión territorial de 7,261.2Km²Fuente especificada no válida. Está formada por 15 aldeas, 416 caseríos y 54 barrios registrados en la municipalidad, cuenta con una población de 130,000 habitantes de los cuales 65,000 son de la área urbana, en el presente estudio se trabajó con datos obtenidos de la (Unidad de Catastro Municipal 2023), tomando como referencia 37,848 personas mayores de 18 años para el cálculo de la muestra.



Figura 8: Mapa de Catacamas y área de estudio

5.2 Materiales y equipo

Los materiales y equipos utilizados son los siguientes: Lápiz tinta, lápiz carbón, papel bond, Libreta, memorias portátiles, fotocopidora, cámara digital, calculadora, transporte, encuestas.

5.3 Método de recolección de datos

Se utilizó el diseño no experimental de corte transversal ya que el trabajo implicara de la recolección de datos, se empleó el enfoque para observar los elementos al entorno a la oferta de los comedores (restaurantes), con el alcance de conocer la capacidad de opinión, percepción y análisis de los participantes, con la unidad de análisis de la encuesta el cual se aplicará en la Ciudad de Catacamas.

5.3.1 Método de observación

Este método nos permitió establecer la relación básica entre el sujeto que observa y el objeto observado y por lo cual se recogerán datos, se describirá la situación y se llegará a comprender la realidad.

Muestra # 1: la muestra fue calculada con una población finita utilizando la siguiente formula:

$$n = \frac{Z^2 N p q}{e^2}$$
 Para una probabilidad de 95% Tamaño de la fuente e (N1) +e p

$$n = \frac{37,848 * (1.96^2) (0.05) * (0.95)}{(0.03)^2 * (37,848 - 1) + (1.96)^2 (0.5) (0.95)} \quad n = 192 \text{ Encuestas}$$

Donde;

Z: Coeficiente de confianza lo usual es utilizar un nivel de confianza de 1.96 **p:** Probabilidad de éxito: Lo usual es utilizar una probabilidad de 0.5. **q:** Probabilidad de fracaso 0.5, la suma de **p** más **q** debe ser igual a 100%. **e:** Error de estimación

0.05. n: Tamaño de la muestra: es el número de encuestas que debemos realizar. N:

Tamaño de la población error

Muestra 2: Se consideró realizar nuevamente la aplicación de la encuesta porque se encontró un Error al momento de analizar la oferta y demanda, aplicado la encuesta en línea en la plataforma del formulario de google, enviando a los encuestados el enlace vía celular para obtener su respuesta.

Se consideró trabajar con la misma fórmula:

$n = \frac{z^2 N p q}{e^2}$ Para una probabilidad de 95% Tamaño de la fuente e (N1)+ e p
q

$$n = \frac{37,848 * (1.96^2) (0.05) (0.95)}{(0.03)^2 * (37,848 - 1) + (1.96)^2 (0.5) (0.95)} \quad n = 192 \text{ Encuestas}$$

5.4 Tabulación y análisis de las encuestas

La tabulación y análisis de las encuestas se realizará con el programa estadístico SPSS, mediante estadística probabilística descriptiva el cual proporciona el servicio necesario para obtener la información deseada.

4.5 Variables a Evaluar

4.5.1 Precio:

Se evaluará esta variable para determinar el precio de los productos que se ofrecen en cada establecimiento para obtener un resultado de que producto se ofrece más y a qué precio.

4.5.2 Tecnología

Esta variable es para determinar que tecnología utilizan en cada restaurante o comedor a la hora de preparar los productos y si es de calidad.

4.5.3 Costo de producción

Esta variable es para determinar si puede tener los gastos necesarios para mantener un proyecto de restaurante o comedor y tener una línea de procesamiento o equipo de funcionamiento para que sea rentable el negocio.

4.6. Operacionalización

Esta variable nos permitirá medir las técnicas y métodos que se está utilizando y contribuir a generar nuevas ideas en los comedores o restaurantes para tener una mejor operacionalizada y mejores ingresos.

VI. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

6.1 Tiempo de poseer el Restaurante o Comedor.

Esta grafica muestra la antigüedad de cada uno de los establecimientos encuestados que operan en nuestra ciudad de Catacamas, los datos recabados dan a conocer que hay empresas con muchos años de antigüedad como otros que son relativamente nuevas. 25 encuestas muestran que los comedores (restaurantes) tienen una antigüedad de 1 hasta 40 años, las 7 encuestas restantes muestran que de 1 a 30 meses de antigüedad

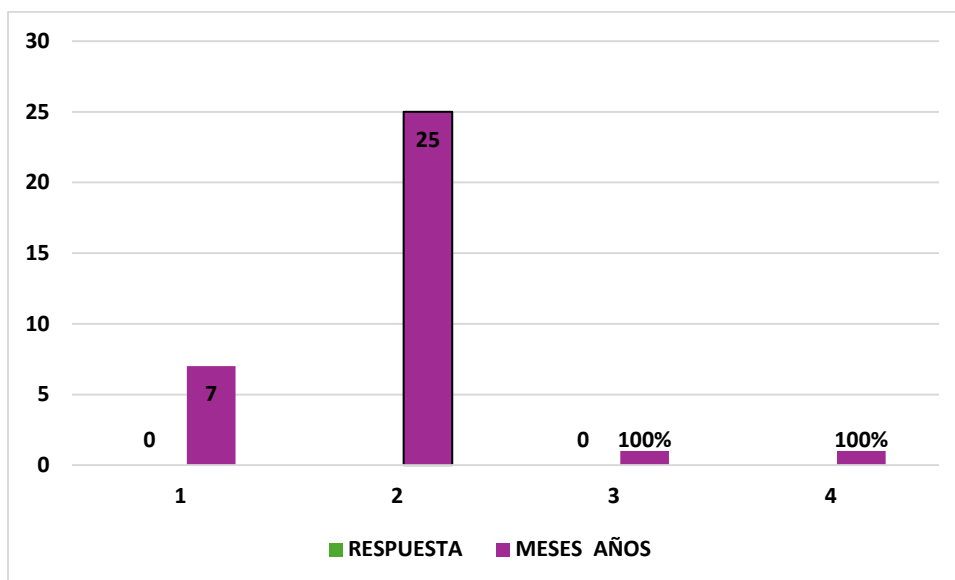


Figura 9: Antigüedad de poseer el Restaurante o Comedor

6.2 Personas que administran su Restaurante o Comedor

Según los datos recopilados de los restaurantes y comedores de nuestra ciudad de Catacamas la mayoría son propietarios y administradores de sus propias empresas 27 de ellos los administran, 2 los administran un familiar y 3 administrado por empleado

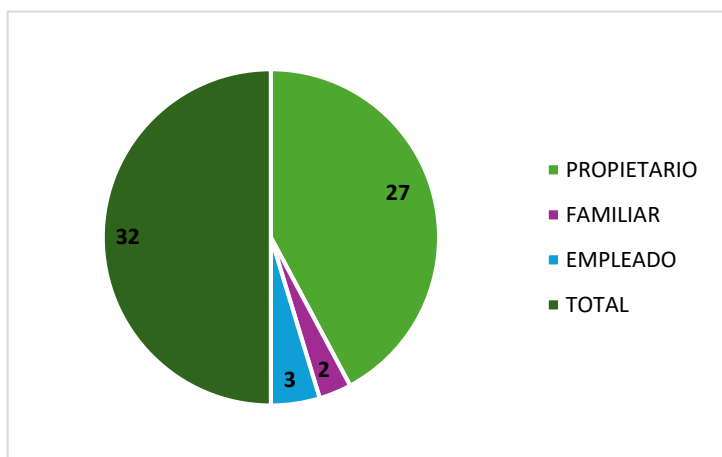


Figura 10: Personas que administran su Restaurante o Comedor.

6.3 Usted considera que su restaurante es un negocio familiar

De las 32 encuestas aplicadas en la ciudad de Catacamas, Olancho, 28 establecimientos entre comedores y restaurantes, respondieron que si era de carácter familiar e incluso tienen área recreativa para niños los otros 4 restantes respondieron que no era familiar

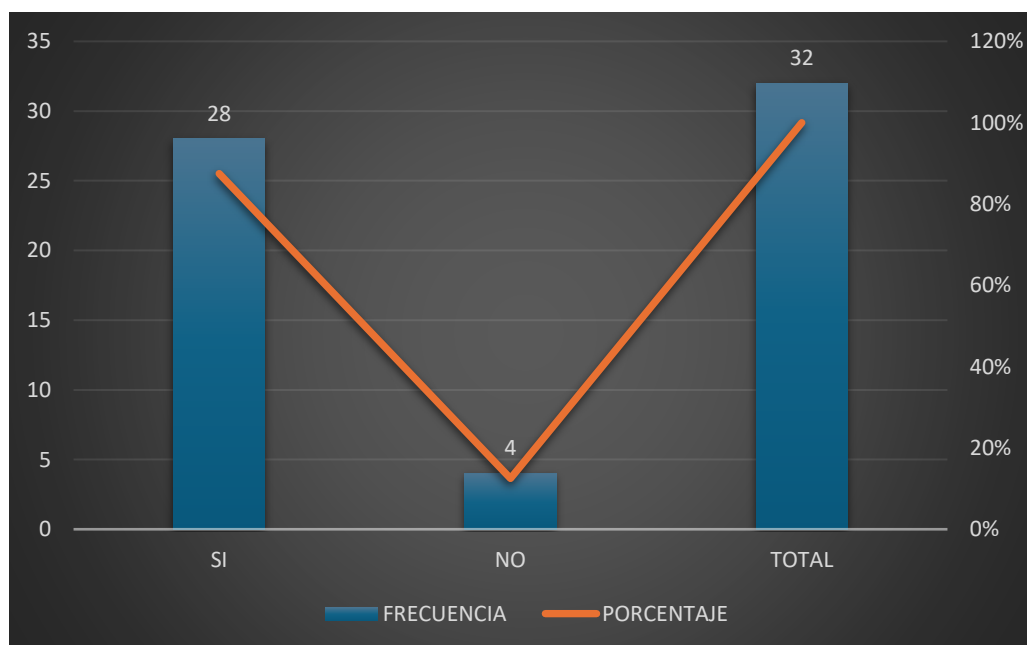


Figura 11: Restaurante es un negocio familiar

6.4 Cantidad de clientes que ingresan a diario en su restaurante

Según los datos obtenidos mediante encuestas se observa que el número de clientes es variado y va dependiendo la ubicación. 24 empresarios respondieron que su número de clientes a diario era de 1 a 50 aproximadamente 3 respondieron 50 a 100 clientes y 1 respondió que aproximadamente tiene clientes de 200 a 250.

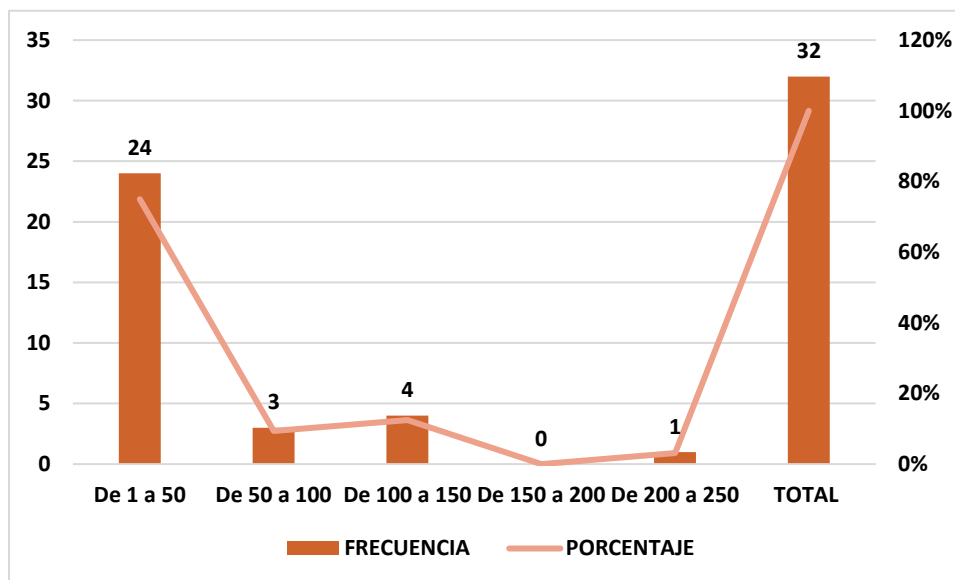


Figura 12: Cantidad de clientes que ingresan a diario en su restaurante.

6.5 Tipo de menú que ofrece a sus clientes

Los datos nos dan a conocer que de 32 encuestas que se realizaron en comedores (restaurantes) 9 de ellos tienen un menú completo, 9 cuentan con un menú a la carta, 7 mantiene el menú del día, 6 ofrecen un menú fijo, 1 también refleja que ofrece otro tipo de menú variado haciendo un total de 32 encuestas aplicadas.

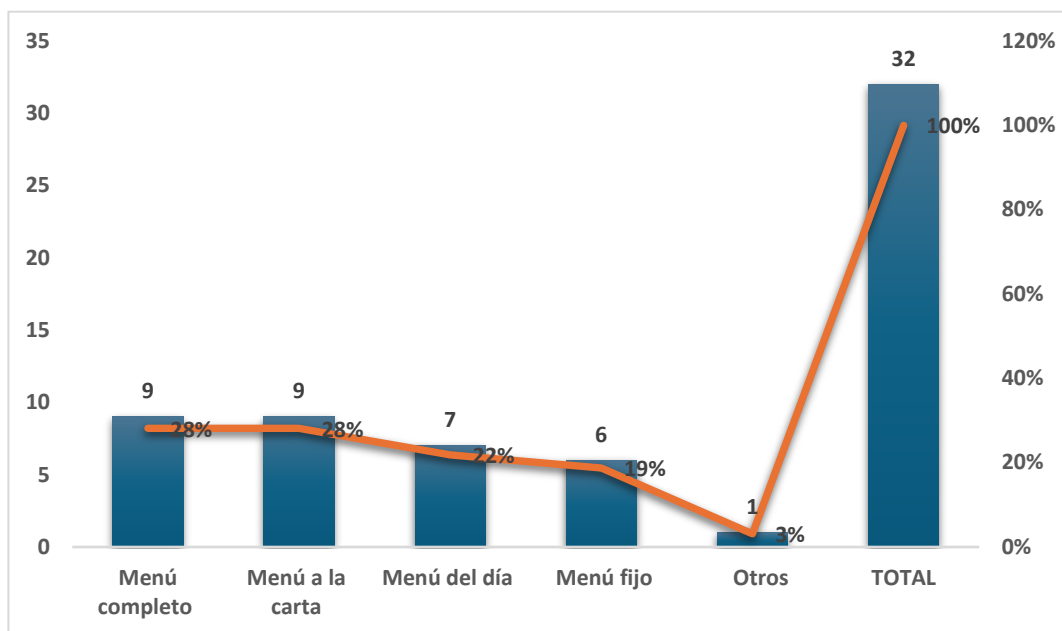


Figura 13: Menú que ofrece a sus clientes.

6.6. Cuenta con tecnología avanzada

Según análisis obtenidos a través de la tabulación de datos el porcentaje de tecnología avanzada que utilizan los diferentes comedores (restaurantes) muestra lo siguiente. Y 14 cuenta con tecnología avanzada reflejando en la tabulación de datos un 44%, 18 no cuentan con tecnología avanzada reflejando en la tabulación de datos un 56%

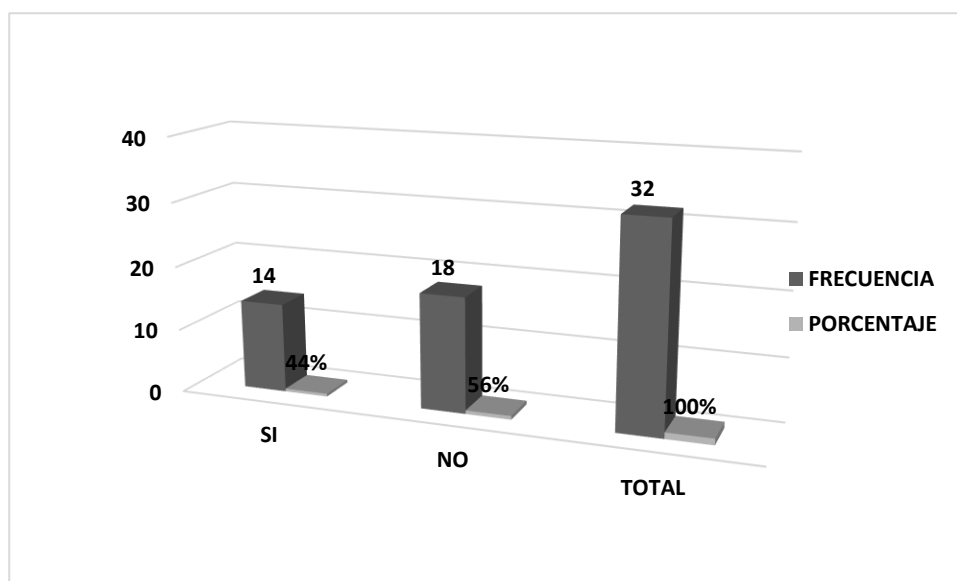


Figura 14: Tecnología avanzada

6.7. Equipo que posee su restaurante al momento de elaboración de sus platillos

Los comedores y restaurantes que operan en la ciudad de Catacamas Olancho en elaboración gastronómica en su mayoría utilizan la maquinaria avanzada

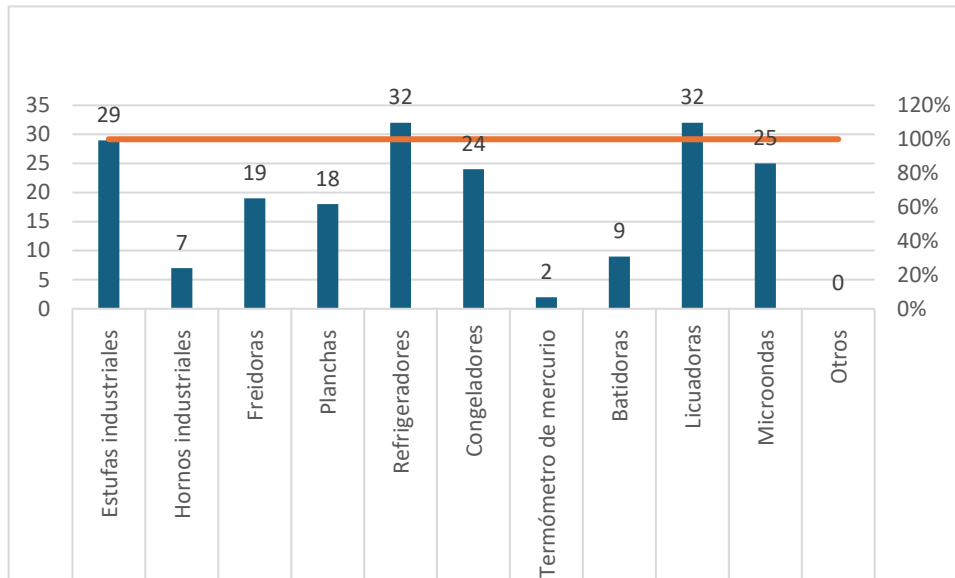


Figura 15: Equipo que posee su restaurante.

6.8. Precios de los platillos que usted ofrece

Los precios que manejan los comedores y restaurantes de nuestra ciudad de Catacamas Olancho son variados en cada uno de los establecimientos existentes según los puntos estratégicos donde se encuentren

No	RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Platillos típicos desde 100 a 250	9	28%
2	Platillos tradicionales desde 80 a 150	18	56%
3	Parrilladas desde 120 a 350	5	16%
4	Sopas desde 120 a 250	0	0%
5	Otros	0	0%
	TOTAL	32	100%

Tabla 2: Precios de los platillos que usted ofrecen.

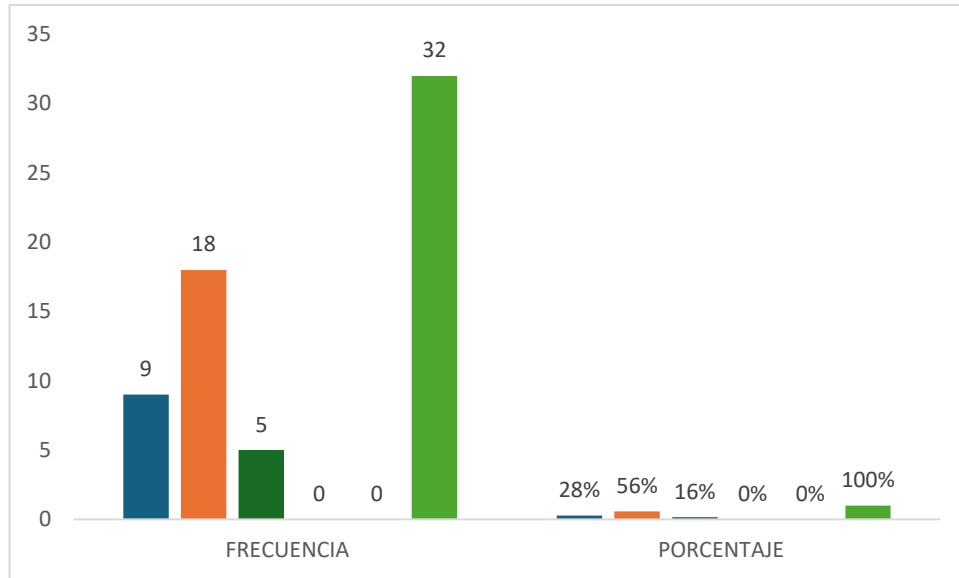


Figura 16: Precios de los platillos.

6.9. Estrategia con que cuenta usted a la hora de establecer el precio de sus platillos

Según resultados muestran que un 50 % de los 32 comedores (restaurantes) encuestados no respondieron la pregunta la manejan de forma indiscreta y el otro 50% si respondieron de forma directa.

- Cotizar con la competencia
- Buena sazón a la comida
- Precios de producción
- Calidad de productos
- Canasta básica, mantener precios
- Precios psicológicos
- Platillos fuertes y golosinas
- Ofrecer al cliente un producto completo
- Costo adecuado para benéfico del cliente
- Cada orden de carne tiene su precio
- Depende del costo de insumos
- Publicidad
- Costo de producción
- Depende del costo de insumos
- Precios estables según la canasta básica

6.10 Maneja en su restaurante ventas al crédito

Las políticas de crédito existentes en comedores (restaurantes) de Catacamas contribuye generalmente a que el cliente tenga la oportunidad en cierto momento que no tenga solvencia económica pueda adquirir sus servicios. 8 de 32 encuestas aplicadas muestran que si trabajan con crédito también y 24 encuestas restantes muestran que no implementa la política de crédito probablemente porque son realmente pequeñas.

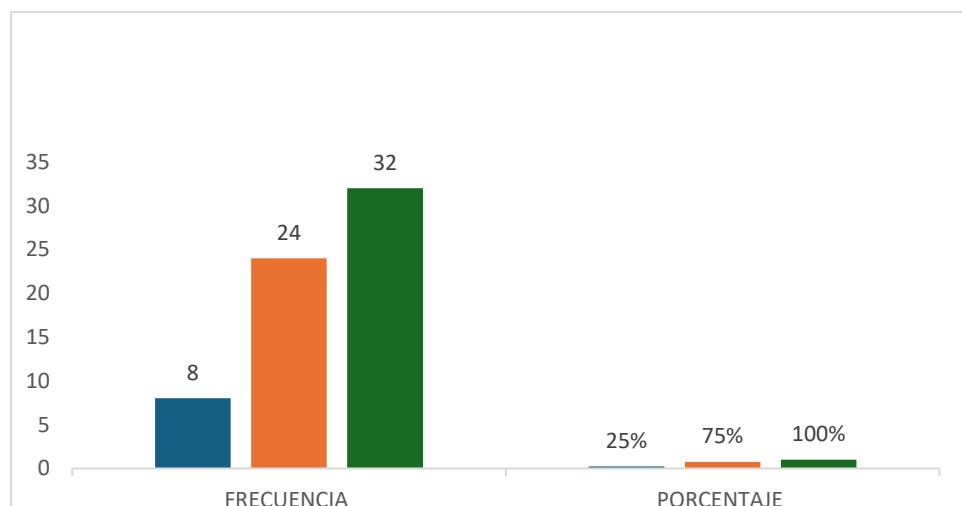


Figura 17: Ventas al crédito en su restaurante.

6.11 Cuenta el restaurante o comedor con entrega a domicilio?

Los datos reflejan que la mayoría de los comedores (restaurantes) cuentan con entrega a domicilio facilitando el transporte aquellos clientes que no poseen medio de transporte propio o tiempo disponible. un 63% de restaurantes poseen servicio a domicilio y un 38% no poseen entrega domicilio.

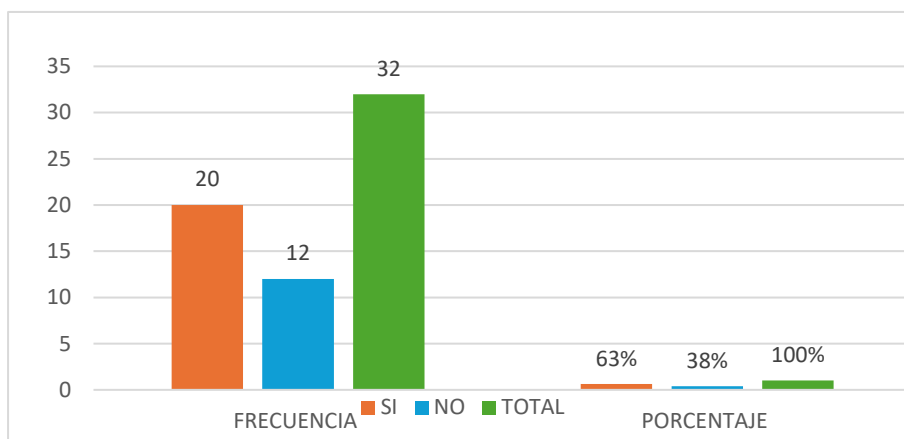


Figura 18: Entregas a domicilio.

6.12 Cual es la principal estrategia que emplea en su restaurante o comedor para atraer y retener sus clientes?

Las estrategias mas implementadas en restaurantes o comedores de nuestra ciudad es darle al cliente buena atención, servicio de calidad, higiene, publicidad por redes sociales y calidad de sus productos.

1. Darle buen sabor a la comida y ser amable
2. Buena atención
3. Calidad de atención al cliente y calidad en la preparación de alimentos
4. Redes sociales
5. Ofrecer un buen servicio
6. La mejor atención
7. Tener y dar buena atención al cliente
8. Atención al cliente
9. Buena atención al cliente
10. Amabilidad, buen trato y servicio
11. Atención buen servicio y sazón
12. Una buena atención sazón he higiene
13. Mejor atención dar lo mejor que podemos
14. Ser amable
15. Atención al cliente
16. Platillos elaborados del día y buena atención

17. Buena atención y sazón de los platillos
18. La buena sazón en las comidas
19. Atención al cliente
20. Redes sociales
21. Calidad de atención y alimentos
22. Calidad en nuestros productos
23. Ser atento
24. Buena atención
25. La atención a los clientes y mas que todo el saber de la comida
26. Calidad del producto amabilidad y entregas gratis
27. Una buena atención precios accesibles y buena higiene
28. Hacer todo con amor y bien hecho para que el cliente se sienta muy bien
29. Ofrecer la mejor calidad de productos y mantener ofertas
30. Calidad y publicidad
31. Ser amable y la limpieza
32. Tener publicidad un buen servicio, publicidad en redes sociales y mensajes directos

6.13 Cual es la especialidad de su restaurante o comedor?

Entre las especialidades que tradicionales que brindan los restaurantes y comedores resaltan mas sopas y carne asada

1. Sopas, comidas secas
2. Sopas
3. Pupusas
4. Comida típica
5. Alitas hamburguesas y parrillada
6. Nuestra especialidad las carnes
7. Sopas y bistec
8. La carne azada
9. Carnes, parrilladas, eventos y repostería
10. Carne asada
11. Pollo chuco y sopas
12. Carenes y mariscos

13. Las baleadas, tajaditas y sopas
14. Comida bufet y cacera
15. Sopas
16. La calidad
17. La atención la comida seca
18. Carne asada y sopa de res
19. Carne asada
20. Sopa de res
21. Comida seca
22. Carnes y mariscos sopa de res
- 23.
24. Carne asada y comida típica
25. Pollo frito y sopa de res
26. Golosinas
27. Carne asada
28. Sopas comida mediterránea gourmet
29. Comida con sabor casero
30. Tacos mexicanos
31. Carne azada
32. Sopas

6.14 Parametros para medir el control de calidad que aplica en su restaurante o comedor?

Los parámetros de calidad que emplean los distintos restaurantes o comedores son relativamente buenos cuentan con buena atención rapidez y, actitud positiva, recomendación en sus platillos que brinda, seguridad en sus instalaciones, establecimientos adecuados, buen ambiente laboral horarios flexibles

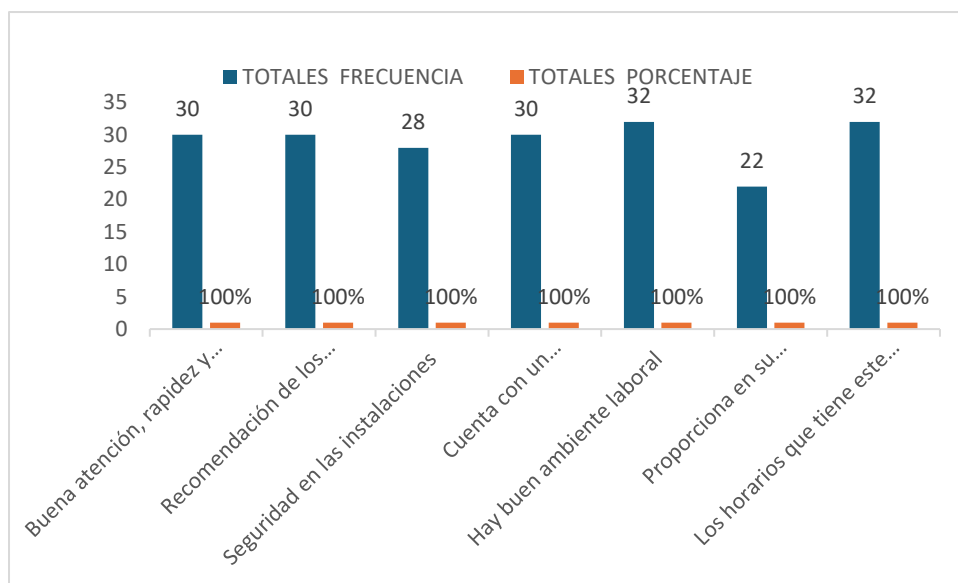


Figura 19: Parámetros para medir el control de calidad.

VII. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

N	ACTIVIDAD / TIEMPO	NOVIEMBRE				DICIEMBRE			
		SEMANAS				SEMANAS			
		1	2	3	4	1	2	3	4
1	Redacción de proyecto								
2	Defensa de ante proyecto								

Tabla 3: Cronograma de Actividades.

VIII CONCLUSIONES

Se analizó que los comedore (restaurantes) existentes en la ciudad de Catacamas Olancho son relativamente sostenibles muchas de ellas con una antigüedad de posicionamiento en el mercado de la gastronomía, como otros que son nuevos en el emprendimiento y están en un proceso de crecimiento, sin embargo, cuentan con un personal especializado para brindar un adecuado proceso de elaboración de alimentos de calidad y buena atención al cliente.

Se conoció las estrategias más utilizadas por los empresarios dueños de comedores(restaurantes)para atraer y retener clientes son, buen servicio, atención, sazón, calidad de productos higiene, publicidad en redes sociales, entregas domicilio gratis.

Los precios que ofrecen los diferentes comedores y restaurantes son variados dependiendo en el punto estratégico donde estén establecidos dentro de la localidad.

Se identifico las estrategias de calidad implementadas por los diferentes comedores y restaurantes son brindar un ambiente acogedor que los clientes se sientan satisfechos en el momento de degustar la gastronomía del establecimiento, un buen servicio, atención al cliente, calidez, buen zason en la elaboración de sus platillos, amabilidad precios accesibles y buena higiene.

En la mayoría de los propietarios de comedores y restaurantes se dedican en la administración de su empresa para llevar un mejor control de sus finanzas y servicio de calidez a sus clientes que los visitan.

IX. RECOMENDACIONES

Contratar personal apasionado para formar parte de su equipo para que compartan tu visión

Emplear un plan de delegación para que la empresa funcione mejor

Estrategia de negocio

Concepto de valor bien definido

Compartir experiencias positivas de clientes implacables

Proporcionar un libro de quejas aceptando sus comendatarios de sus clientes y mejorar de acuerdo con su sugerencia.

X. BIBLIOGRAFÍA

FECOGA; (30 de Enero de 2017), Propiedad Intelectual de Zaragoza.

Franco, J. C. (01 de junio de 2022). "Atribución CompartirIgual" . pág.
<https://burjcdigital.urjc.es/bitstream/handle/10115/20035/cc3.pdf?sequence=6&isAllowed=y>.

González-Machado, E. C., & Soto Curiel, J. A. (S.f.). El diagnóstico como punto de partida. Obtenido de
<file:///C:/Users/SEGURIDAD%20UNAG/Downloads/DialnetElDiagnosticoComoPuntoDePartidaDeLosProyectosEduca-943564.p>

Gourmet, E. (s.f). Breve historia de los restaurantes.

Mercados. (s.f). Como funcionan los mercados .

Pedrosa, S. J. (01 de Marzo de 2020). Oferta . Economipedia , pág.
<https://economipedia.com/definiciones/oferta.html>.

Republica, G. d. (2022). Indice de Desarrollo Municipal. Obtenido de
<https://www.sgjd.gob.hn/biblioteca-virtual/sgd/perfiles-municipales/15olanchopm/1503/1022-1503-olanco-catacamas/file>

Sooluciona. (s.f.). Diferencias entre restaurante y comedor. Obtenido de
<https://sooluciona.com/diferencias-entre-restaurante-y-comedor/>

Sosa, E. (2021). Principales grupos de variables del Directorio de establecimientos económicos. Instituto Nacional de Estadística (INE), Olanco .
Obtenido de <https://www.ine.gob.hn/V3/imag-doc/2022/04/Boletin-Olancho2022.pdf>

UNITEC. (13 de Marzo de 2023). El valor gastronómico de Honduras. Obtenido de
BLOG: <https://www.unitec.edu/blog/el-valor-gastronomico-de-honduras>

Universidad, d. M. (S.F.). Servicios de alimentos.



ANEXOS DE LA ENCUESTA

UNIVERSIDAD NACIONAL DE AGRICULTURA DEPARTAMENTO DE ECONOMIA AGRICOLA}

Diagnóstico de Oferta (Para conocer los productos alimenticios que ofrecen los Restaurantes o Comedores) en la ciudad de Catacamas

Enunciado: La presente encuesta es parte de un trabajo de investigación que estoy realizando como estudiante de último año de la carrera de Administración de Empresas Agropecuarias de la Universidad Nacional de Agricultura: La información dada por usted será con fines confidencial.

Fecha: Día _____ Mes _____ Año _____

Nombre del Restaurante o Comedor: _____

Propietario _____

I. Características Generales

1. ¿Tiempo de poseer el Restaurante o Comedor?

2. ¿Personas que administran su Restaurante o Comedor?

a) Propietario ☐ b) Un familiar ☐ c) un empleado ☐

3. ¿Usted considera que su Restaurante es un negocio familiar?

a) si ☐ b) No ☐

4. ¿Cuál es la cantidad de clientes que ingresan diario en su Restaurante o Comedor?

Número de clientes	
De 1 a 50	
De 50 a 100	
De 100 a 150	
De 150 a 200	
De 200 a 250	

5. ¿Qué tipo de menú ofrece a sus clientes?

- a) Menú completo
- b) Menú a la carta
- c) Menú del día
- d) Menú fijo
- e) Otros

6. ¿Cuenta con tecnología avanzada?

a) Si ☐ No ☐

7. ¿Equipo que posee su restaurante o comedor al momento de elaboración de los platillos?

- a) Estufas industriales
- b) Hornos industriales
- c) Freidoras
- d) Planchas
- e) Refrigeradoras
- f) Congeladores
- g) Termómetro de mercurio
- h) Batidoras
- i) Licuadoras microondas
- j) Otros

II. Políticas de venta

8. ¿Cuáles son los precios de los platillos que usted ofrece?

- a) Platillos típicos de 100 a 250
- b) Platillos tradicionales desde 80 a 100
- c) Parrilladas desde 120 a 350
- d) Sopas desde 120 a 250
- e) Otros

9. ¿Cuál es la estrategia con que cuenta usted a la hora de establecer el precio de sus alimentos?

- a) _____
- b) _____
- c) _____
- d) _____
- e) _____

10. ¿Maneja en su Restaurante o Comedor ventas al crédito?

- a) Si ☐ b) No ☐

11. ¿Cuenta el Restaurante o Comedor con entregas a domicilio?

- a) SI ☐ b) No ☐

II. Consultas Operatorias

12. ¿Cuál es la principal estrategia que emplea en su restaurante o comedor para atraer y retener sus clientes? _____

13. ¿Cuál es la especialidad de su Restaurante o Comedor

14. ¿Parámetros para medir el control de calidad que aplica en su Restaurante o Comedor?

Principales Aspectos	Si	No
Buena atención, rapidez y una actitud positiva	☐	☐
Recomendación de los platillos que brinda	☐	☐
Seguridad en las instalaciones	☐	☐
Cuenta con un establecimiento adecuado	☐	☐
Hay buen ambiente laboral	☐	☐
Proporciona en su restaurante libro de quejas para que el cliente deje sus observaciones	☐	☐
Los horarios que tiene este Restaurante o Comedor son flexibles	☐	☐

Gracias por su atención