



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

**FACULTAD DE TURISMO, HOTELERÍA Y
GASTRONOMÍA**

CARRERA DE GASTRONOMÍA

**TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE ADMINISTRADOR
GASTRONÓMICO**

**TEMA: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA DE CATERING ESPECIALIZADA EN BOCADITOS, EN EL
SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO”**

AUTORA: JEANETH ELIZABETH CORREA ESTÉVEZ

DIRECTOR: ING. CARLOS SILVA

QUITO – ECUADOR

2015

AUTORÍA

EL CONTENIDO DEL PRESENTE TRABAJO SE RESPONSABILIZA
EL AUTOR

C.I.1718134958

JEANETH ELIZABETH CORREA ESTEVEZ

CERTIFICACIÓN

Certifico que la presente tesis que lleva el tema: Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de catering especializada en bocaditos, en el sector norte de la ciudad de Quito, fue dirigida bajo mi tutoría.

CI: 0601987365

Ing. Carlos Silva

AGRADECIMIENTO

En primer lugar a Dios, por haberme permitido llegar a esta etapa muy importante en mi vida y por estar siempre conmigo ayudándome a conseguir cada una de mis metas a los largo de mi vida.

A mis padres que siempre estuvieron apoyándome desde el primer momento de mis estudios universitarios y por hacerme la persona que soy en estos momentos.

A mi hija y mis hermanos que son parte importante en mi vida y siempre me han acompañado en los buenos y malos momentos de mi vida.

A mi director Ing. Carlos Silva que en el tiempo que duró el trabajo de investigación siempre estuvo presto a guiarme cuando lo necesité para poder tener un buen trabajo investigativo.

Finalmente a todos mis maestros quienes fueron parte importante para que alcance este logro, gracias por las enseñanzas impartidas en todos los semestres de la carrera.

DEDICATORIA

A mi hija Rafaela Ortiz Correa, por ser la inspiración de mis metas y sueños.

ÍNDICE GENERAL

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
2. ANTECEDENTES	2
3. JUSTIFICACIÓN	3
4. OBJETIVO GENERAL:	4
4.1. OBJETIVO ESPECÍFICOS:	4
5. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN:	5
5.1. Método Deductivo.	5
5.2. Método Inductivo.	5
5.3. Analítico Sintético.	6
5.4. TIPOS DE INVESTIGACIÓN	6
5.4.1. Investigación Descriptiva.	6
5.4.2. Investigación documental	6
CAPÍTULO I	8
1. Generalidades y antecedentes	8
1.1. Significado de catering	8
1.2. Historia del Catering	8
1.3. Divisiones Del catering	9
1.3.1. Catering Social (abc, 2012)	9
1.3.2. Catering aperitivo	10
1.3.3. Cocktail	10
1.3.4. Recepción	10
1.3.5. Desayuno de trabajo	10
1.3.6. Catering brunch	11
1.3.7. Coffe break	11
1.3.8. Catering Corporativo (abc, 2012)	11
1.4. Clasificación de los eventos sociales de las empresas	11
1.4.1. Congresos	12

1.4.2.	Jornadas	12
1.4.3.	Conferencias.....	12
1.4.4.	Workshop o Talleres	13
1.4.5.	Mesas Redondas	13
1.4.6.	Cursos o Seminarios	13
1.4.7.	Reuniones o encuentros.....	14
1.5.	La importancia del Catering para las empresas.....	14
CAPÍTULO II.....		16
2.	Estudio de Mercado.	16
2.1.	Definición de Mercado.....	16
2.2.	Objetivos del estudio de mercado.....	16
2.3.	Mercado Objetivo	16
2.4.	Análisis de la oferta.	19
2.5.	Tabulación.	20
2.7.	ANALISIS	34
2.7.1.	Servicio a establecimientos.	34
2.8.	Tipo de servicio.-.....	36
2.9.	ESTRATEGIAS RESPONSABLES	36
2.9.1.	Estrategia de introducción al mercado:	36
2.9.2.	Estrategia de Precio.....	38
2.9.3.	Estrategia de Distribución:.....	39
2.9.4.	Estrategias de Ventas	40
2.9.5.	Estrategias de Precios.....	41
2.10.	PLAN DE MARKETING.	41
2.10.1.	Diferenciación del Producto.	41
2.10.2.	Marca:	42
2.10.3.	Publicidad y Promoción:	43
CAPÍTULO III.....		45
3.	ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL	45
3.1.	Misión.....	45

3.2. Visión	45
3.3. Objetivos de la empresa.....	45
3.4. Parte Legal.....	46
3.4.1. Compañía de Responsabilidad Limitada.....	46
3.4.2. Requisitos Legales.....	47
3.4.3. Requisitos de funcionamiento	48
3.4.4. Registro Único de Contribuyente	49
3.4.5. Permisos Municipales.....	50
3.4.6. Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos	51
3.4.7. Funcionamiento emitido por el Ministerio de Salud (para los establecimientos que requieren control sanitario).....	52
3.4.8. Afiliación de Empleados.....	53
3.5. Descripción Administrativa.....	54
3.6. Estructura organizacional.	54
3.6.1. Organización Estructural.....	54
3.6.2. Organigrama Posicional	55
3.7. Funciones por Departamentos.	56
3.7.1. Gerencia General.....	56
3.7.2. DEPARTAMENTO FINANCIERO.....	60
3.7.3. DEPARTAMENTO DE MERCADEO	62
3.7.4. DEPARTAMENTOS DE VENTAS.	62
3.7.5. DEPARTAMENTO PRODUCCIÓN.....	63
3.7.6. Departamento de transporte y entrega	65
CAPÍTULO IV	67
4. ESTUDIO TÉCNICO	67
4.1. Micro y macro localización.....	67
4.1.1. Macro localización	68
4.1.2. Micro localización	69
4.2. Estructura de la fábrica	72
4.2.1. Distribución espacial	74

4.3. Financiamiento.....	78
CAPÍTULO V	80
5. ESTUDIO FINANCIERO	80
5.1. Objetivos.....	80
5.1.1. Objetivo General.....	80
5.1.2. Objetivo Específico	80
5.2. Inversiones:	80
5.2.1. Activos Fijos Tangibles:	82
5.2.1.1. Terreno :	82
5.2.1.2. Edificaciones:.....	83
5.2.1.3. Equipos de Computación:.....	84
5.2.1.4. Muebles y Enceres:.....	85
5.2.1.5. Vehículo	86
5.2.1.6. Equipo de Oficina.....	86
5.2.1.7. Maquinaria y Equipo:.....	87
5.2.2. Activos Fijos Intangibles:.....	92
5.2.2.1. Constitución Legal:.....	93
5.2.2.2. Permisos y Patentes:.....	94
5.3. Capital de Trabajo:.....	95
5.3.1. Materia Prima:.....	97
5.3.2. Mano de Obra Directa:	100
5.3.3. Mano de Obra Indirecta:	101
5.3.4. Gastos Administrativos:	102
5.3.5. Seguros:.....	103
5.3.6. Publicidad:	104
5.3.7. Costo Indirectos de Fabricación.....	105
5.3.8. Depreciaciones:.....	106
5.3.9. Balance General Inicial	107
5.3.10. Costos y Gastos:.....	108
5.3.11. Proyección de ingresos:	109

5.3.12. Estado de Pérdidas y Ganancias:.....	111
5.3.13. Punto de Equilibrio:.....	113
5.4. Evaluación Financiera:	114
5.4.1. Flujo de Caja:.....	114
RECOMENDACIONES Y CONCLUSIONES.....	116
ANEXOS.....	118
BIBLIOGRAFÍA	163
WEBGRAFÍA.....	165

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA Nº 1: PREGUNTA 1	20
TABLA Nº 2: PREGUNTA 2	22
TABLA Nº 3: PREGUNTA 3	24
TABLA Nº 4: PREGUNTA 4	25
TABLA Nº 5: PREGUNTA 5	26
TABLA Nº 6: PREGUNTA 6	28
TABLA Nº 7: PREGUNTA 7	30
TABLA Nº 8: PREGUNTA 8	31
TABLA Nº 9: PREGUNTA 9	33
TABLA Nº 10: ESTRATEGIA DE INTRODUCCIÓN AL MERCADO	37
TABLA Nº 11: ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN	39
TABLA Nº 12: ESTRATEGIA DE VENTAS.....	40
TABLA Nº 13: ESTRATEGIA DE PRECIOS	41
TABLA Nº 14: INVERSIÓN.....	81
TABLA Nº 15: ACTIVO FIJOS TANGIBLES	82
TABLA Nº 16: TERRENO	83
TABLA Nº 17: EDIFICACIONES.....	83
TABLA Nº 18: METRAJE CONSTRUCCIÓN	84

TABLA Nº 19: EQUIPOS DE COMPUTACIÓN.....	84
TABLA Nº 20: MUEBLES Y ENCERES.....	85
TABLA Nº 21: VEHÍCULO.....	86
TABLA Nº 22: EQUIPO DE OFICINA	87
TABLA Nº 23: MAQUINARIA Y EQUIPO	88
TABLA Nº 24: ACTIVOS FIJOS INTANGIBLES.....	93
TABLA Nº 25: GASTOS DE CONSTITUCIÓN.....	94
TABLA Nº 26: PERMISOS Y PATENTES	95
TABLA Nº 27: CAPITAL DE TRABAJO.....	95
TABLA Nº 28: MATERIA PRIMA	97
TABLA Nº 29: MANO DE OBRA DIRECTA.....	100
TABLA Nº 30: MANO DE OBRA INDIRECTA	101
TABLA Nº 31: GASTOS ADMINISTRATIVOS.....	102
TABLA Nº 32: SEGUROS.....	103
TABLA Nº 33: PUBLICIDAD	104
TABLA Nº 34: COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	105
TABLA Nº 35: DEPRECIACIONES.....	106
TABLA Nº 36: BALANCE GENERAL.....	107
TABLA Nº 37: COSTOS Y GASTOS	108
TABLA Nº 38: PROYECTO DE INGRESOS	110
TABLA Nº 39: PROYECTO ANUAL DE INGRESOS.....	110
TABLA Nº 40: ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.....	112
TABLA Nº 41: PUNTO DE EQUILIBRIO	113
TABLA Nº 42: FLUJO DE CAJA.....	114

ÍNDICE DE IMÁGENES

IMAGEN N° 1: LOGO	43
IMAGEN N° 2: MAPA	68
IMAGEN N° 3: TERRENO	70
IMAGEN N° 4: ESTRUCTURA DE LA FÁBRICA	73

ÍNDICE DE GRÁFICAS

GRÁFICA Nº 1: PREGUNTA 1.....	21
GRÁFICA Nº 2: PREGUNTA 2.....	23
GRÁFICA Nº 3: PREGUNTA 3.....	24
GRÁFICA Nº 4: PREGUNTA 4.....	26
GRÁFICA Nº 5: PREGUNTA 5.....	27
GRÁFICA Nº 6: PREGUNTA 6.....	29
GRÁFICA Nº 7: PREGUNTA 7.....	31
GRÁFICA Nº 8: PREGUNTA 8.....	32
GRÁFICA Nº 9: PREGUNTA 9.....	33
GRÁFICA Nº 10: ORGANIZACIÓN ESTRUCTURAL	54
GRÁFICA Nº 11: ORGANIGRAMA POSICIONAL	55

ÍNDICE DE RECETAS

RECETA Nº 1: MINI VOLOVÁN DE POLLO.....	118
RECETA Nº 2: MINI EMPANADA DE VERDE CON QUESO.....	120
RECETA Nº 3: MINI EMPANADA DE VERDE CON CARNE	122
RECETA Nº 4: MINI EMPANADA DE MOROCHO CON AJÍ.....	124
RECETA Nº 5: ALITAS BBQ	126
RECETA Nº 6: MINI QUICHE LORRAINE	129
RECETA Nº 7: CROQUETAS DE MANZANA Y JAMÓN.....	131
RECETA Nº 8: MINI PIZZA	133
RECETA Nº 9: MINI HAMBURGUESAS	135
RECETA Nº 10: OREJITAS CON CHOCOLATE.....	137
RECETA Nº 11: MINI PIE DE MANZANA.....	139
RECETA Nº 12: EMPANADAS DE HOJALDRE Y PIÑA	141
RECETA Nº 13: MINI BRACITO GITANO	143
RECETA Nº 14: MINI BROWNIES.....	145
RECETA Nº 15: PINCHOS DE FRUTAS	147
RECETA Nº 16: MINI DONUTS	149
RECETA Nº 17: MINI PRISTIÑOS.....	151
RECETA Nº 18: MENDIANTS.....	153
RECETA Nº 19: MINI PIZZAS DE DULCE.....	155
RECETA Nº 20: MINI OPERETAS.....	157
RECETA Nº 21: MINI PIE DE LIMÓN.....	160

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En estos últimos años existe una gran demanda a nivel social, empresarial público y privado del requerimiento de servicios de alimentos y bebidas para celebrar diferentes actos sociales dependiendo del tipo de evento que los clientes, sean personas naturales o jurídicas deseen celebrar.

En la ciudad de Quito y particularmente al norte de la ciudad se presenta una oferta amplia de empresas especializadas en este tipo de servicio conocidas también como catering de los cuales también se derivan para dar el mismo servicio los hoteles, y restaurantes, lastimosamente la amplia oferta de distintos eventos y la alta competencia de las empresas de alimentos y bebidas ha provocado que ninguna de estas empresas puedan especializarse en una sola actividad, como es el caso de coffebreaks, brunchs, cocktails, bautizos, matrimonios, lanzamientos de productos, servicios corporativos, desayunos, etc. Sino preparar según la necesidad del cliente.

Generando así una clientela más exigente, tal es el caso del catering Mónica y Cayetano cuya especialidad son las bodas de alto nivel. Así también damos paso a otros catering como son los de tipo industrial, que su sector es más la alimentación de consumo masivo. Sin embargo no hemos encontrado caterings que solo se dediquen a bocaditos incluyendo servicio a domicilio como a su vez servicio VIP con meseros.

Por lo que es importante que en la ciudad de Quito al igual que lo han hecho muchas de las empresas, se haga un estudio de factibilidad para crear una empresa de servicio de catering especializada solo en bocaditos a nivel corporativo.

2. ANTECEDENTES

En la ciudad de Quito la fuerte demanda que hoy en día tienen, los famosos banquetes y catering han obligado a la mayoría de los restaurantes de la ciudad a dar también este tipo de servicio tanto a personas como a empresas. Hoy en día existen tres tipos de clasificación de catering, como son los catering aéreos, los catering industriales, y los catering que organizan eventos. Dentro de los catering que organizan eventos con lo cual se conoce que el objetivo de estas empresas es la satisfacción de los clientes ante cualquier tipo de evento sea bautizos, matrimonios, lanzamientos de productos, ascensos, etc. Pero la gran demanda de distintos tipos de eventos no permite que los catering y banquetes en la ciudad de Quito tenga alguna especialidad en cierto tipo de evento, por ejemplo que su potencial fuese los bautizos. O eventos exclusivamente empresariales.

Existen catering que cuentan con instalaciones propias, tal es el caso del catering y restaurante “rincón de Puembo” donde su especialidad son las

bodas, pero esto no limita a que no puedan realizarse otro tipo de evento. Dentro de sus instalaciones o fuera de ellas.

Pero tal es el caso también de uno de los catering más conocidos para eventos grandes, como lo es grupo “Barlovento”, este catering tiene el beneficio de poder dar sus servicios en cualquier parte del país realizando el evento al gusto del cliente.

Cada catering de eventos puede realizar cualquier tipo de evento, ya que el largo recorrido y la experiencia ha hecho que unos más que otros puedan tener un mayor posicionamiento en el mercado en distintas especialidades, sin embargo ninguno es reconocido por ser temático o especializado en algo

3. JUSTIFICACIÓN

Mediante el estudio de factibilidad que se realizará, se busca crear una empresa de catering especializada en bocaditos a nivel corporativo, la cual pueda satisfacer las necesidades de las empresas del norte de Quito, como también adicional a esto, de los hogares que requieran de este tipo de servicio, para cualquiera de sus eventos sociales.

Esta empresa debe tener todo lo necesario referente a catering pero sin desenfocarse en el objetivo que es, una empresa totalmente especializada en bocaditos gourmet para un nivel corporativo. Es decir que va a tener entrega a domicilio con un tiempo límite de antelación para la preparación de estos, y

que su principal estudio de factibilidad será enfocada en las empresas y en las necesidades que tienen estas para este tipo de servicio.

Se espera para la empresa un beneficio económico, lo cual implica brindar un servicio y productos de primera calidad, por lo que se manejará también un exclusivo manejo de alimentos y bebidas como también la capacitación del personal para este tipo de servicio, tanto en la creación, venta, manipulación y servicio de los mismos.

Por lo que a través de las recomendaciones podremos atraer más clientes, por lo que tendremos un mejor posicionamiento de mercado en poco tiempo siempre que se tenga un respectivo cuidado de los clientes al momento de las entregas como también del servicio prestado.

4. OBJETIVO GENERAL:

Realizar un estudio de factibilidad para crear una empresa de servicio de catering especializada en bocaditos corporativos a domicilio.

4.1. OBJETIVO ESPECÍFICOS:

- Realizar un estudio de mercado para las empresas públicas y privadas del sector norte de Quito.
- Conocer las necesidades de este tipo de servicio para las empresas.

- Realizar un estudio técnico que describa los requerimientos físicos de la empresa, así como el funcionamiento de la misma, la organización, la administración y cómo se relacionarán entre sí las diferentes unidades operativas que lo conformarán Corp Gourmet.
- Conocer los aspectos legales que se requieren para iniciar una empresa de este tipo.
- Desarrollar un estudio financiero para conocer la viabilidad del negocio.

Idea a defender:

- La creación de CorpGourmet facilitará a los clientes a tener una mayor oferta en la demanda de bocaditos. Debido a la falta de información acerca de estos catering.

5. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN:

5.1. Método Deductivo.

Este método se inicia con el análisis de los postulados o principios de aplicación universal y de comprobar la validez para aplicarlos a soluciones o hechos particulares. Es un método que consiste en tomar conclusiones generales para llegar a explicaciones particulares

5.2. Método Inductivo.

Es el método que se inicia con un estudio individual de los hechos para formular conclusiones universales que se postulan como principios o fundamentos de una teoría.

5.3. Analítico Sintético.

Se utiliza para elaborar el plan de tesis, el marco teórico y realizar conclusiones y recomendaciones.

5.4. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

5.4.1. Investigación Descriptiva.

Por medio de esta investigación se conocerá si este tipo de servicio tendrá o no aceptación dentro del mercado, Por lo que se utilizará los siguientes instrumentos de investigación:

- Encuestas
- Entrevistas
- Observación
- Análisis de la competencia y los servicios que estas dan.

5.4.2. Investigación documental

La investigación documental trata después de la información encontrada de todas las empresas que ofrecen este tipo de servicio por lo que para esto se utilizarán las siguientes fuentes bibliográficas:

- Periódicos – Líderes
- Revistas
- Internet
- Libros empresariales

CAPÍTULO I

1. Generalidades y antecedentes

1.1. Significado de catering

Catering: (anglicismo) El servicio de preparar y proveer de alimentos a grupos (generalmente grandes) de personas: los pasajeros de las líneas aéreas, comedores de empresas, fábricas y escuelas, reuniones, fiestas. "El arte de proveer banquetes" (Morton).

1.2. Historia del Catering

“Su origen se remonta al cuarto milenio a.C. en China. Consistía en proveer de alimentos de forma gratuita.

En Roma, este servicio se utilizó para abastecer a los soldados y más tarde a los viajeros a lo largo de las rutas comerciales. En la Edad Media los monasterios ofrecen servicios de catering a los cristianos en sus peregrinaciones. Esto condujo a una expansión de la restauración en todo el continente europeo.

Este servicio también fue común en Asia a lo largo del recorrido de la Ruta de la Seda y las Especias. Más tarde, estos servicios comenzaron a cobrar por sus servicios y no sólo consistía en proveer de alimentos, sino también en presentarlos con gran estilo. Los griegos fueron los primeros en ofrecer servicios de hospitalidad a gran escala como una empresa comercial.

En el siglo XV este servicio se hizo tan popular en Alemania que entraron en vigor regulaban la calidad de los alimentos y la cerveza en los albergues y posadas. En el siglo XIX **Alexis Soyer** aplicó una caldera a vapor para mantener la comida caliente”. (Crisol, 2011)

Los buques mercantes fueron los primeros barcos en emplear catering oficiales. Más tarde en el mundo de la aviación se generalizó el término inglés con el que se conoce este servicio.

“El vocablo catering, proveniente del idioma inglés, hace referencia a la actividad de proveer con un servicio de comida especialmente contratado en situaciones específicas, tales como eventos de diverso tipo. La palabra catering viene del verbo inglés ‘tocater’, que significa servir, atender” (abc, 2012). El catering es entonces el servicio que supone la atención y la oferta de un variado conjunto de alimentos en situaciones excepcionales como suelen ser los eventos. Si bien esta palabra no pertenece al idioma español, se encuentra hoy en día aceptada al menos en el lenguaje informal y es de uso común.

1.3. Divisiones Del catering

1.3.1. Catering Social (abc, 2012)

Es el servicio de alimentos fuera del establecimiento de producción, en lugares escogidos por los clientes y en muchos de los casos en

sus domicilios estos pueden ser, residencias, casas de eventos, haciendas, clubes, etc. Las características principales son el motivo de estos eventos, pueden ser:

- Matrimonios
- Cumpleaños
- Bautizos
- Aniversarios
- Primeras comuniones, etc.

1.3.2. Catering aperitivo

Suelen durar unos 15 minutos y se utilizan para dar paso a una comida principal o como entrada a algún evento. Suelen ser bocados muy ligeros.

1.3.3. Cocktail

El horario se sitúa entre las 12.00-13h y 20.00-21.00 es decir, unos bocados como preparación hacia las dos comidas principales.

1.3.4. Recepción

Su duración se alarga hacia aproximadamente las 3h y suelen ser algo más copiosos que los anteriores.

1.3.5. Desayuno de trabajo

Cómo su nombre indica un desayuno especialmente indicado para empresas. Pueden ser continentales o americanos.

1.3.6. Catering brunch

Combinación entre desayuno y almuerzo con una duración aproximada de 1.5h. Algunos restaurantes y hoteles sirven un brunch, en especial los domingos y días festivos durante las horas que van desde las 10 de la mañana hasta las 4 de la tarde.

1.3.7. Coffe break

Pequeño descanso de unos 30 minutos dónde se ofrece principalmente cafés, zumos y pequeños dulces. Específicos para cada evento como pueden ser, cenas formales, informales, de gala.

1.3.8. Catering Corporativo (abc, 2012)

Se denomina catering corporativo al servicio de comida prestada a clientes que figuran con la denominación de su razón social es decir que sus clientes son empresas, instituciones que contratan el servicio de establecimiento de alimentos a sus trabajadores ya sean estos alimentos diarios o en ocasiones especiales.

1.4. Clasificación de los eventos sociales de las empresas

Los tipos de eventos se clasifican como sociales, empresariales o institucionales. Entre esos tenemos:

1.4.1. Congresos

Son reuniones periódicas (anuales, bianuales, etc.) que generalmente vinculan a los miembros de una asociación o entidad. La duración de cada uno puede variar entre dos y cinco días aproximadamente. Dentro de esos días, se realizan diferentes actividades que pueden ser, de acuerdo a su metodología. El objetivo principal de estas reuniones es la actualización de la información y consensos sobre la temática que se dedican los participantes.

1.4.2. Jornadas

Son encuentros similares a los de un congreso, pero el despliegue es menor tanto en alcance como en cantidad de asistentes. Se llaman jornadas porque su duración es de uno o dos días.

1.4.3. Conferencias

Son encuentros convocados por una persona, empresa o entidad para transmitir un mensaje o dar a conocer un tema particular. No existen reglas fijas en cuanto a la frecuencia. Debe ser de corta

duración para aprovechar al máximo la atención del auditorio, que puede variar entre colegas, la prensa, el público en general, etc.

1.4.4. Workshop o Talleres

Son actividades de intercambio con los asistentes, en donde se proponen diversas prácticas e interacción entre quien da el taller y quienes participan. No suelen durar más de 3 horas. Y pueden realizarse dentro de un congreso o jornada, o por separado.

1.4.5. Mesas Redondas

En estos eventos se suele invitar al debate de colegas, que tengan opiniones diferentes sobre una temática. Generalmente hay un moderador, quien se encarga de iniciar los diálogos, dar la palabra y tomar los tiempos. Al finalizar el debate, el público puede hacer preguntas.

1.4.6. Cursos o Seminarios

Reunión en donde se desarrolla en profundidad un tema determinado que generalmente abarca cuestiones de enseñanza y actualización hacia los asistentes. Cada uno de los oradores expone en forma individual su punto de vista desde su área específica. La duración

varía de acuerdo al programa (desde 2 horas, hasta 3 meses en diferentes tiempos).

1.4.7. Reuniones o encuentros

Si el evento que se está planificando, muchas veces se lo llama de esta forma. Muchas veces se realizan tanto actividades académicas o científicas como sociales.

1.5. La importancia del Catering para las empresas

El servicio de catering ocupa un lugar muy importante en la organización de eventos, ya que el éxito del evento depende de la creatividad y eficiencia con que se realice el servicio gastronómico a lo largo de la jornada. Las exigencias más frecuentes de los clientes al contratar este tipo de servicio, es que el dentro del evento se refleje la personalidad o la identidad corporativa de la empresa. Otras exigencias son la rapidez de respuesta, es decir que se ajuste al presupuesto, presentación de propuestas creativas que logren que el evento se destaque por su originalidad, que todo se desarrolle de manera impecable y que muchos días después se siga hablando de esa reunión, congreso, lanzamiento de producto, etc.

Hoy en día las empresas y los eventos exigen un nivel y servicio mucho más alto, por lo que la mayoría de empresas de alimentos y bebidas

empieza poco a poco a mostrarse especialistas de ciertos eventos, tomando en cuenta también que el prestar este tipo de servicio a cierto tipo de empresa les hace que su nivel de marketing ayude mucho como empresa, como también al catering que presto este servicio.

Las nuevas tendencias en materia de servicio gastronómico han surgido en los últimos años en eventos sociales y corporativos.

“Los eventos siempre reflejan lo que pasa en la sociedad. Las tendencias en comida, ambientación o catering están copiadas de la realidad de cada época. Por ejemplo los platos de hoy son más sencillos que los de hace 10 años. Tienen menos ingredientes pero ahora son más gourmet, y preparados con diferentes técnicas y texturas: espumas, crocantes, etc.”
(Rivadeneira, Gratitude, 2012)

El catering tiene que ayudar a concretar el objetivo. Por ejemplo si el almuerzo es dentro de una convención de ventas, la comida debe estar diseñada para que permita a los participantes seguir trabajando sin sueño y poder estar listos en el horario fijado y no tardar con el cronograma del evento.

CAPÍTULO II

2. Estudio de Mercado.

2.1. Definición de Mercado.

El mercado es el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto o un servicio, que tienen algún tipo de carencia o necesidad y buscan satisfacerla a través de la obtención del mismo. (Pamela, 2010).

2.2. Objetivos del estudio de mercado

- Establecer la marca “CorpGourmet Bocaditos” en las empresas de Quito
- Ofrecer y comercializar productos de calidad que garantice su contratación de servicio.
- Establecer precios competitivos que sean asequibles para todas las empresas.
- Definir un plan de servicio personalizado para obtener la fidelización de la clientela.
- Incrementar las ventas mensuales para generar rentabilidad en el negocio y perdurar en el tiempo.

2.3. Mercado Objetivo:

El mercado que quiere ser captado por “CorpGourmet Bocaditos” se caracteriza principalmente por las empresas, ya sean privadas o públicas,

estas serán las que ayuden a que la empresa pueda ingresar dentro del mercado y a futuro poder dar servicio a personas particulares.

El estudio permitirá conocer las necesidades y deseos que tienen los clientes antes de contratar a esta empresa dedicada al servicio de catering especializado en bocaditos corporativos. Se harán estudios de medición con técnicas apropiadas, para realizar encuestas que permitirán determinar si existe en el norte de la Ciudad de Quito, se requieren este tipo de servicio.

Se obtendrá una base de datos al realizar:

- a) Encuestas.- Se estructurará preguntas que permitan extraer información de propietarios, gerentes, profesionales, etc. Que desempeñan dentro de la empresa.
- b) Las preguntas a realizar determinarán el universo, tomando como fuente la superintendencia de compañías con una base de datos de 12000 empresas ubicadas desde el centro norte de Quito hasta Carcelén industrial.

El tamaño de la muestra sigue los parámetros de la siguiente fórmula estadística.

$$\text{Dónde: } n = \frac{N}{(NxB^2)+1}$$

N Universo

B= Error de estimación (10%)

n= Tamaño de la muestra

Fórmula.-

La fórmula antes mencionada permitirá obtener la cantidad de encuestas a realizarse, luego de investigar el universo de pedidos mensuales, se determinó que:

$$n = \frac{N}{(N \times B^2) + 1}$$

$$N = 11000 \quad n = \frac{11000}{(11000 \times 0,10^2) + 1}$$

$$B = 10 \%$$

$$n = n = \frac{11000}{(11000 \times 0,01) + 1}$$

$$n = \frac{11000}{111}$$

$$n = 99,01$$

Se hará 100 encuestas a diferentes empresas del norte de Quito para determinar el estudio de mercado.

La tabulación de datos se hará en Excel, lo cual facilita analizar, estudiar y describir la totalidad de empresas que más requiere este tipo de servicio. Se tomarán como referencia:

- Sistemas de información para la toma de decisiones:
 - a) Segmentación demográfica por áreas o sectores.
 - b) Informes de la competencia (precios, ofertas, etc.).

Para poder tener mejores resultados de la base de datos que provengan de proveedores la información de los departamentos claves de cada una de la empresa como Son:

- departamento de ventas,
- departamento de marketing,
- departamento de compras,
- clientes,

2.4. Análisis de la oferta.-

Será importante determinar qué servicios ofrece la competencia, que tipos de productos poseen, en qué nivel se encuentran desde el punto de vista de las empresas como clientes. Pero sobre todo conocer cuál es el punto más importante del cliente para el consumo de este tipo de servicios como también la fidelidad de la empresa.

2.5. Tabulación.-

Se evaluarán porcentajes de cada pregunta realizada.

PREGUNTA #01

¿Para los eventos sociales o corporativos usted contrata alguna empresa para dar algún tipo de brindis o bocaditos?

Tabla Nº 1: Pregunta 1

RESPUESTA #01	# PERSONAS	PORCENTAJE
SI	92	33%
NO	8	15%
TOTAL	100	100%

Tabla Autor: Jeaneth Correa

Fuente: Tabulación de datos

Gráfica N° 1: Pregunta 1

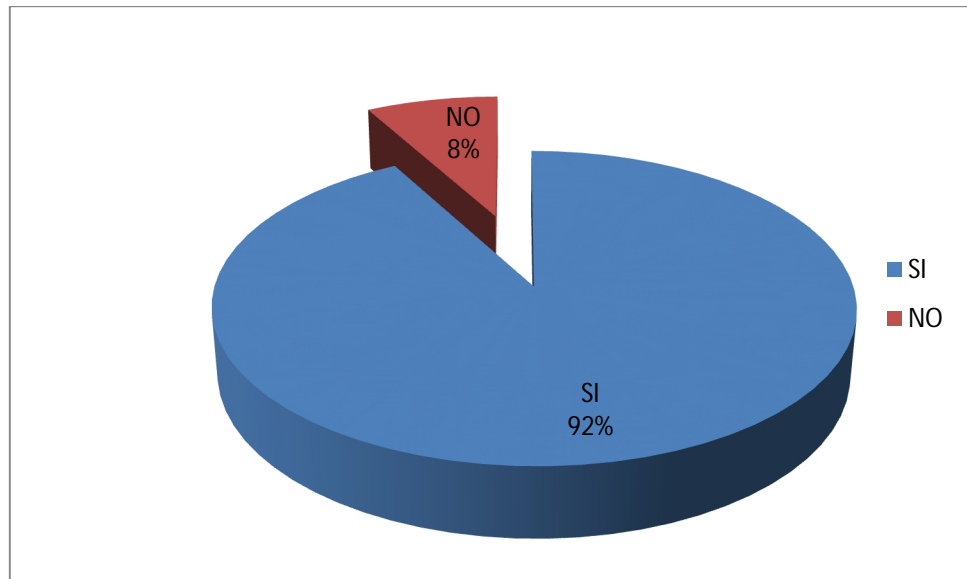


Gráfico Autor: Jeaneth Correa

Fuente: Superintendencia de Compañías (Encuesta 1)

Análisis encuesta 1.- Del total de las empresas encuestadas el 8% manifestaron que no contratan ningún tipo de restaurante, hotel o catering. Sin embargo el 92 % afirma que sí requiere de este tipo de servicio.

PREGUNTA #02

¿Qué empresa o persona es la que le provee de dicho servicio?

Tabla Nº 2: Pregunta 2

RESPUESTA #02	# PERSONAS	PORCENTAJE
HOTEL	37	33%
PERSONA PARTICULAR	16	15%
EMPRESA CATERING	54	47%
OTROS	7	6%
TOTAL	114	100%

Tabla Autor: Jeaneth Correa

Fuente: Tabulación de datos

Gráfica N° 2: Pregunta 2

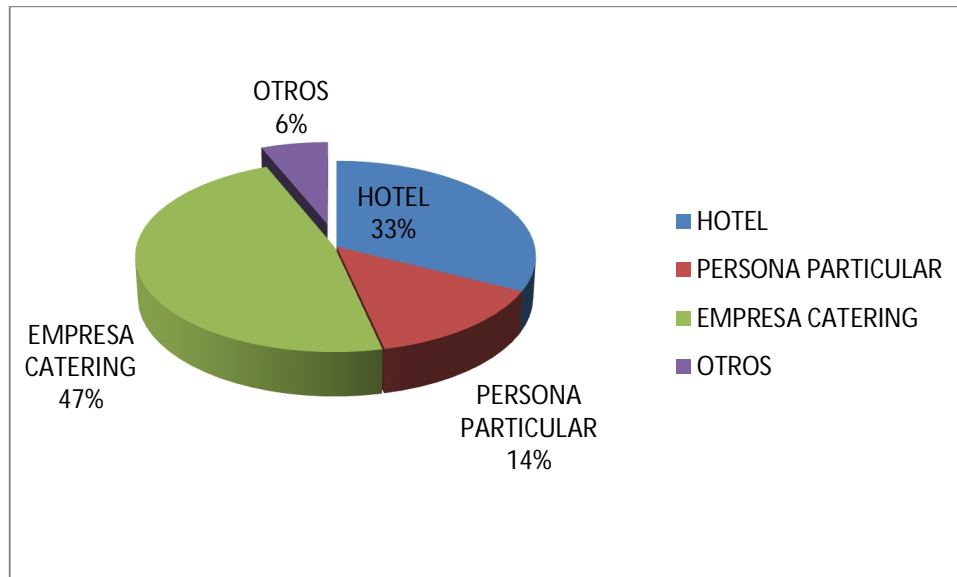


Gráfico Autor: Jeaneth Correa

Fuente: Superintendencia de Compañías (Encuesta 2)

Análisis encuesta 2.- Como se puede observar la mayoría de empresas encargadas que brindan este tipo de servicio son los hoteles con un 33% y los catering con un 47%, el otro con un 6% según lo conversado con las empresas encuestadas se pudo afirmar que reciben este servicio de restaurantes, como también pequeñas empresas a nivel artesanal.

PREGUNTA #03

¿El proveedor que al que le compra le ofrece personal de servicio?

Tabla N° 3: Pregunta 3

RESPUESTA #03	# PERSONAS	PORCENTAJE
SI	58	58%
NO	34	34%
BLANCO	8	8%
TOTAL	100	100%

Tabla Autor: Jeaneth Correa

Fuente: Tabulación de datos

Gráfica N° 3: Pregunta 3

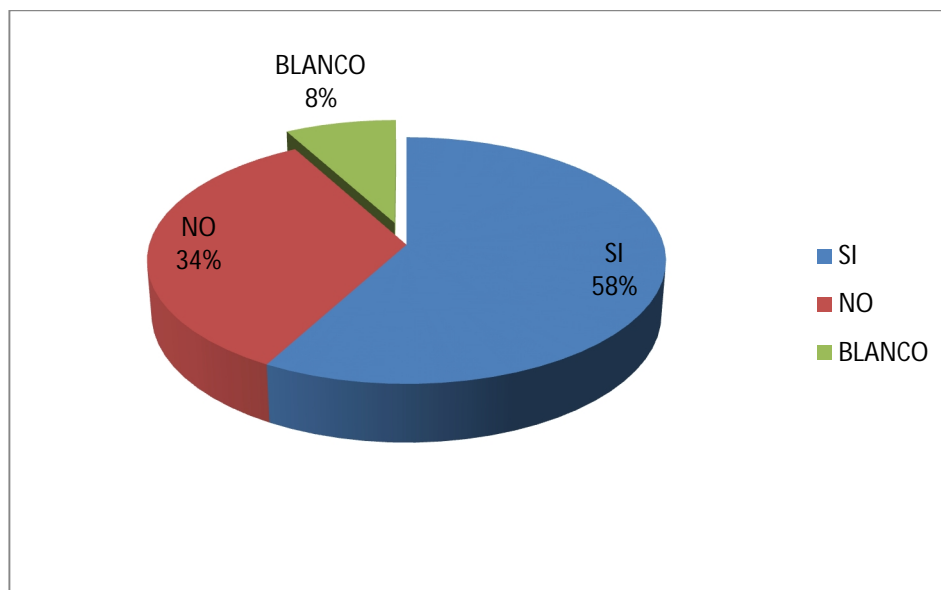


Gráfico Autor: Jeaneth Correa

Fuente: Superintendencia de Compañías (Encuesta 3)

Análisis encuesta 3.- El 58% de las empresas encuestadas dicen que si requiere del servicio, mientras que el 34%, aseguran que empacan los bocaditos para llevar y no dan el servicio adicional de meseros

PREGUNTA #04

¿Con que frecuencia requiere de este tipo de servicio?

Tabla N° 4: Pregunta 4

RESPUESTA #04	# PERSONAS	PORCENTAJE
SEMANAL	0	0%
QUINCENAL	2	2%
MENSUAL	27	27%
SOLO EN LANZAMIENTOS DE PRODUCTOS	20	20%
OTROS	43	43%
BLANCO	8	8%
TOTAL	100	100%

Tabla Autor: Jeaneth Correa

Fuente: Tabulación de datos

Gráfica N° 4: Pregunta 4

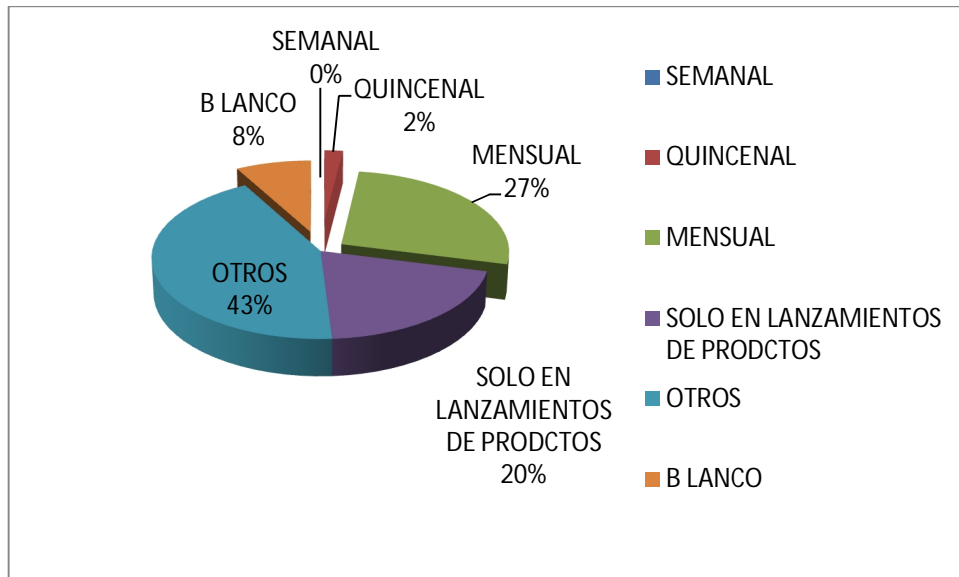


Grafico Autor: Jeaneth Correa

Fuente: Superintendencia de Compañías (Encuesta 4)

Análisis encuesta 4.- A nivel semanal se obtuvo un porcentaje del 0% a nivel quincenal del 2% mientras que el mensual se obtuvo el 27% y otros el 43%.

PREGUNTA #05

- ¿Qué opina del precio de su proveedor?

Tabla N° 5: Pregunta 5

RESPUESTA #05	# PERSONAS	PORCENTAJE
MUY CARO	1	1%

CARO	14	14%
ACEPTABLE	53	53%
ECONÓMICO	32	32%
TOTAL	100	100%

Tabla Autor: Jeaneth Correa

Fuente: Tabulación de datos

Gráfica N° 5: Pregunta 5

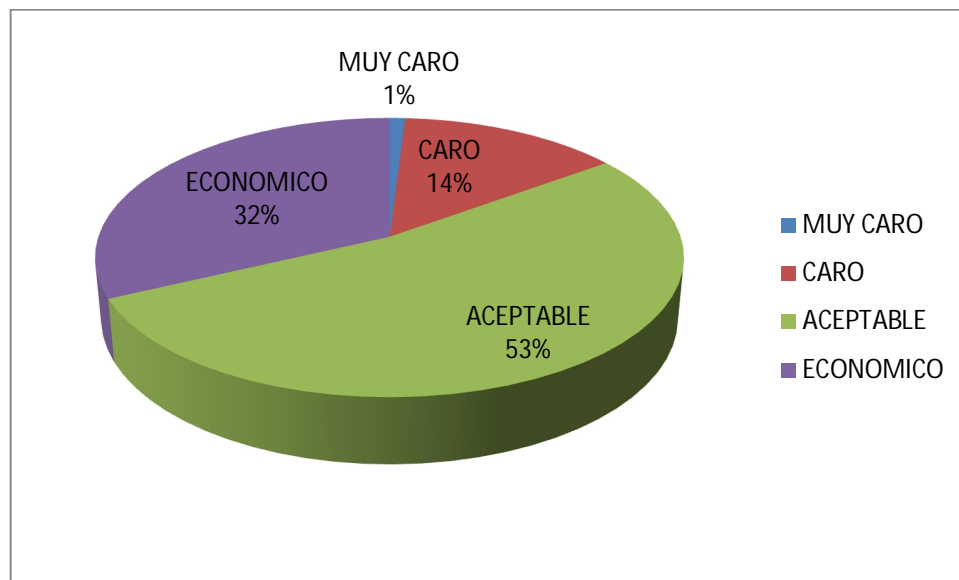


Gráfico Autor: Jeaneth Correa

Fuente: Superintendencia de Compañías (Encuesta 5)

Análisis encuesta 5.- Para el 1% su producto es costoso, el 14% caro, dentro de este grupo están los hoteles, el económico con un 32% y finalmente con el aceptable de un 53% en donde participan los catering dependiendo del tipo de evento y sobre todo de que se adicione, es decir mesas, luces, adornos, etc.

PREGUNTA #06

¿Lo que paga es acorde a lo que recibe?

Tabla N° 6: Pregunta 6

RESPUESTA #06	# PERSONAS	PORCENTAJE
SI	81	33%
NO	11	15%
BLANCO	8	6%
TOTAL	100	100%

Tabla Autor: Jeaneth Correa

Fuente: Tabulación de datos

Gráfica N° 6: Pregunta 6

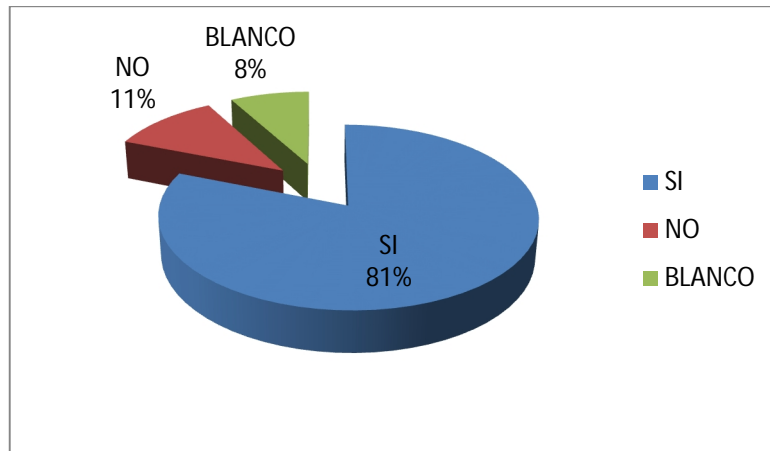


Gráfico Autor: Jeaneth Correa

Fuente: Superintendencia de Compañías (Encuesta 6)

Análisis encuesta 6.- Se puede ver que un 33% de las empresas están conformes con lo que reciben, sin embargo es un nivel muy bajo de satisfacción, mientras que el 15% no está de acuerdo.

2.6. ANÁLISIS DE LA DEMANDA.-

Este tiene como objetivo demostrar y cuantificar la existencia de necesidades que tienen los clientes o empresas, este análisis permite conocer que es lo más importante además del precio como se observó ver anteriormente, para poder contratar este servicio, como también cuales son los motivos para requerir del mismo.

PREGUNTA #07

¿Razones por las cuales concurre al establecimiento o proveedor de venta de bocaditos?

Tabla N° 7: Pregunta 7

RESPUESTA #07	# PERSONAS	PORCENTAJE
PRECIO	18	13%
BUENA PRESENCIA	20	15%
CALIDAD DEL PRODUCTO	44	32%
SERVICIO A DOMICILIO	10	7%
PROMOCIONES	10	7%
RECOMENDADO	25	19%
OTROS	1	1%
BLANCO	8	6%
TOTAL	136	100%

Tabla Autor: Jeaneth Correa

Fuente: Tabulación de datos

Gráfica N° 7: Pregunta 7

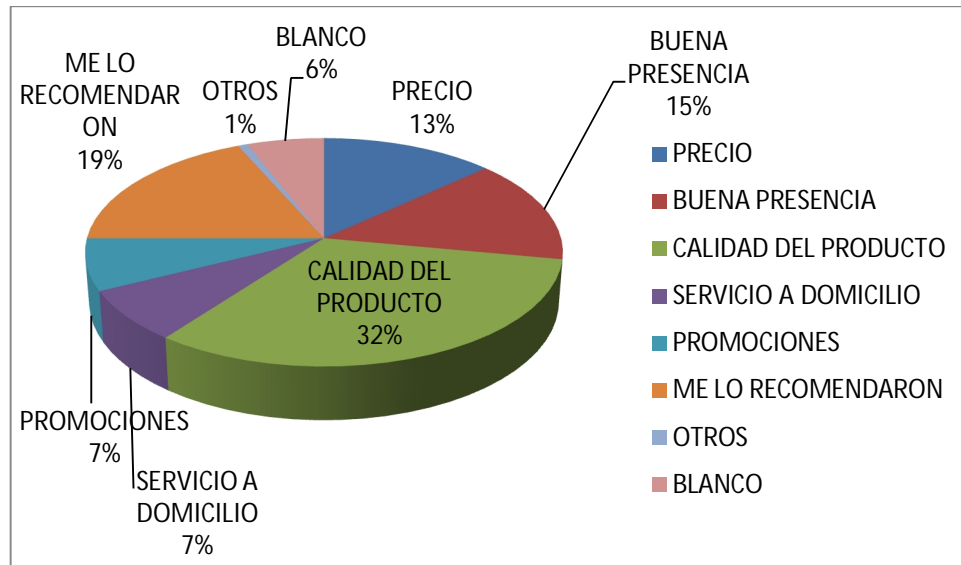


Gráfico Autor: Jeaneth Correa

Fuente: Superintendencia de Compañías (Encuesta 7)

Análisis encuesta 7.- Se observa claramente la calidad del producto ofertado con un 33% Seguido también por un 19% de recomendación. A esto también le sigue con un 13% el precio.

PREGUNTA #08

¿Le gustaría tener una empresa que se especialista en una sola actividad conforme a sus necesidades como por ejemplo bocaditos?

Tabla N° 8: Pregunta 8

RESPUESTA #08	# PERSONAS	PORCENTAJE
SI	66	66%

NO	26	26%
BLANCO	8	8%
TOTAL	100	100%

Tabla Autor: Jeaneth Correa

Fuente: Tabulación de datos

Gráfica N° 8: Pregunta 8

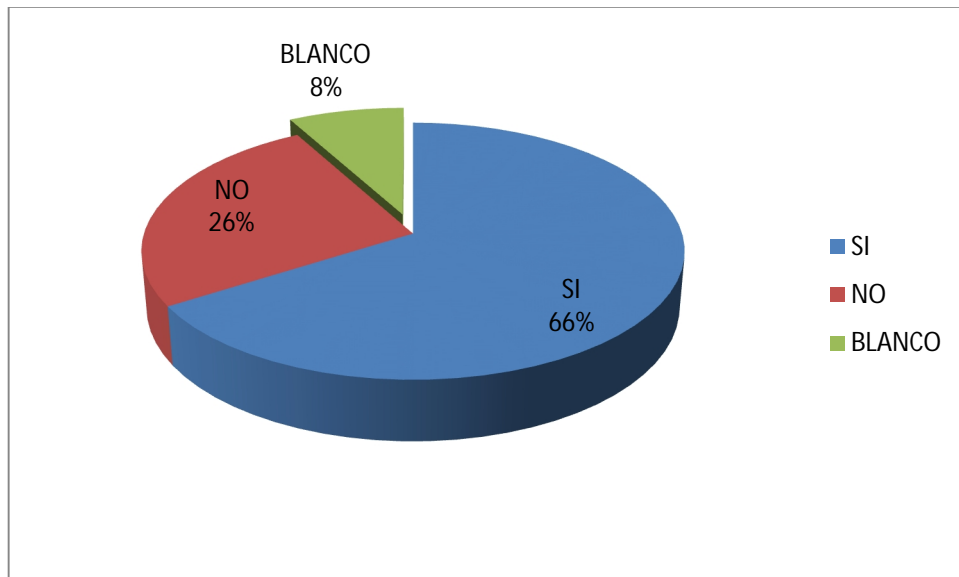


Gráfico Autor: Jeaneth Correa

Fuente: Superintendencia de Compañías (Encuesta 8)

Análisis encuesta 8.- Se observa que el 26% no requiere de "CORPGOURMET" mientras que el 66%, es decir más de la mitad, le gustaría mucho contar con este tipo de servicio.

PREGUNTA #09

¿Cuáles son las razones por las que usted requiere este tipo de servicio?

Tabla N° 9: Pregunta 9

RESPUESTA #09	# PERSONAS	PORCENTAJE
EVENTOS SOCIALES	47	45%
CAMBIOS DE PUESTO	2	2%
CUMPLEAÑOS	8	8%
OTROS	46	45%
TOTAL	103	100%

Tabla Autor: Jeaneth Correa

Fuente: Tabulación de datos

Gráfica N° 9: Pregunta 9

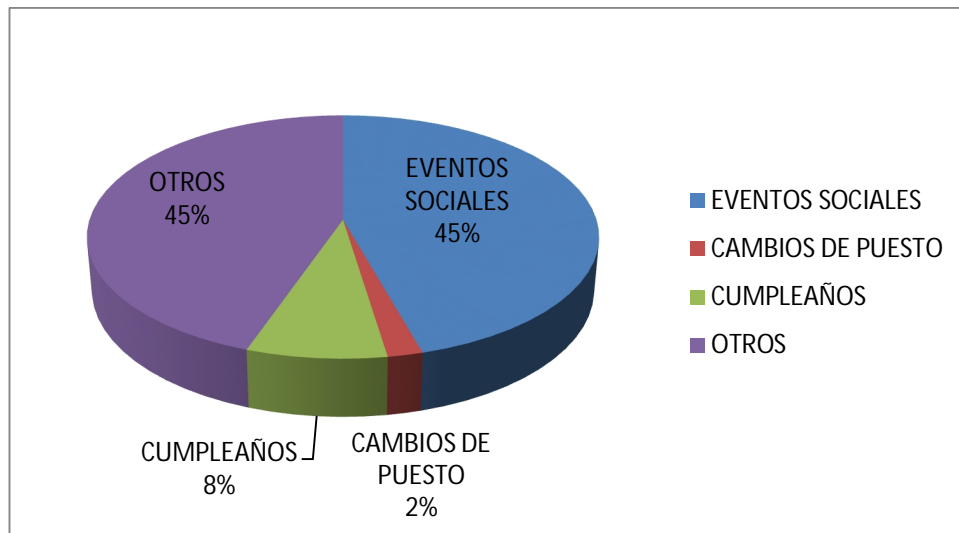


Gráfico Autor: Jeaneth Correa

Fuente: Superintendencia de Compañías (Encuesta 9)

Análisis encuesta 9.- Se observa un 2% para cambios o asensos de puestos. El 8% es por cumpleaños, mientras que sube más del doble en eventos sociales con un 45%, dentro de esto esta lo que es navidad o aniversarios. En otros de igual manera esta con un 45% en donde encontramos evento como convenciones de ventas, reuniones o comités, etc.

2.7. ANALISIS

2.7.1. Servicio a establecimientos.-

Los diferentes lugares donde la Empresa "CORPGOURMET" pretenderá, promocionar sus servicios será en:

- 1.- Empresas Privadas y Públicas

2.- Asociaciones y Federaciones.

3. Colegios Profesionales como colegio de médicos, abogados, entre otros

4. Partidos políticos y sindicales.

La variedad de menús tipo estándar para ofertar podrán ser:

A) Coffe Break:

- Se usará géneros básicos como café, pan, jugos, leche, frutas, pastelería, variedad en sándwiches, galletas, etc.

B) Desayunos:

- Las opciones de desayunos son:
 - Desayuno Continental.
 - Desayuno Americano.
 - Desayuno del Mes

C) Menú Fijo o estación de Self-service:

- Será un servicio rápido y cómodo.
- No se necesitará mucho personal de servicio.
- Se presentará también en opciones de bandejas por 25 unidades o por 50 para poder definir el precio o por bandeja o por cantidad de bocaditos y personas.
- Todo deberá decorarse con diseños vistosos, dependiendo del evento que tenga el cliente, como pueden ser figuras de hielo, frutas naturales, etc.

D) Menú de Bocaditos:

- Este menú es la especialidad de “CorpGourmet” la variedad debe ser muy amplia por lo que estarán compuestos por fríos y calientes.
- También como ya se comentó anteriormente se deberá obtener la información adecuada del motivo por el que se necesitan los bocaditos para así poder también decorarlo con algo temático o con decoración especial de la empresa o del cliente que necesite.

2.8. Tipo de servicio.-

Hoy en día la imagen de servicio es muy importante ya que es la carta de presentación de una empresa, y como pudimos ver en las encuestas la mayoría de empresas crecen gracias a las recomendaciones de los clientes. Es por eso que se ha decidido definir puntos clave que debe haber en esta empresa como son un servicio:

- Eficiente
- Oportuno
- Amistoso
- Agradable
- Delicado y
- Puntual

2.9. ESTRATEGIAS RESPONSABLES

2.9.1. Estrategia de introducción al mercado:

Estas estrategias serán muy importantes al momento del lanzamiento de la empresa al mercado, ya que con éstas se pretende enfrentar a la competencia.

Esperando de tal manera poder captar la atención de cada una de las empresas, que en este caso sería los posibles clientes.

Tabla N° 10: Estrategia de Introducción al Mercado

ESTRATEGIAS	RESPONSABLES
Dar a conocer la empresa al mercado, como una empresa especializada en bocaditos gourmet	Administración
Mostrar a los clientes las instalaciones y el proceso de producción, de esta manera poder garantizar el producto y el servicio que se está ofreciendo.	Administración y Área de ventas
Realizar convenios por mínimo un año con las empresas facilitándoles promociones o descuentos especiales en compras mínimas	Administración
Dar seguimiento a los clientes para saber qué tan satisfecho se sienten con nuestros productos y servicios	Área de ventas y Administración

Tabla Autor: Jeaneth Correa

Fuente: Investigación

2.9.2. Estrategia de Precio

El valor está determinado por la razón de ser del producto o servicio. Es la medida cuantitativa expresada en términos monetarios de la utilidad o aprecio que un producto o servicio tiene para el comprador. Entre más necesitemos un producto o menos lo encontremos, estaremos dispuestos a pagar por él. Por eso se dice que no hay producto más caro que el que no existe. (Chong J. L., 2000)

El precio de venta se fija ante todo, en función de una ponderación razonable de la oferta y la demanda, y no solo en función del coste de producción, con el luego, debe, ser confrontado (Rochat, 2003). También se debe tomar en cuenta a proveedores, competencia, y factores económicos que afectan directamente a la población del sector.

El pago del producto será como se acuerde con la empresa pero de preferencia utilizaremos cuentas corrientes para transferencias también para en cheque. Una vez que se haya establecido ventas también a personas particulares ofreceremos el servicio de tarjetas de crédito para una mejor accesibilidad de nuestros clientes.

2.9.3. Estrategia de Distribución:

Es importante conocer la forma de poner los productos y servicios a disposición para su compra. Una empresa puede tener un producto excelente y a muy buen precio, pero de poco valor si no está disponible donde el consumidor lo necesita. Los canales de distribución son conjuntos de organizaciones interdependientes que participan en el proceso de hacer que un servicio o producto esté disponible para su uso o consumo (Belch & Belch, 2005).

Dentro de la distribución nuestras principales estrategias son:

Tabla Nº 11: Estrategias De Distribución

ESTRATEGIAS	RESPONSABLES
Contar con choferes o personal capacitado que pueda estar a cargo de las entregas.	Capital humano Administración
Adecuar los camiones o furgones para el transporte de alimentos.	Administración
Siempre respetar el tiempo de entrega, brindando puntualidad y seguridad al cliente	Administración Producción Área de Ventas Distribución

Tabla Autor: Jeaneth Correa

Fuente: Investigación

2.9.4. Estrategias de Ventas

Estas estrategias nos servirán para incrementar nuestras ventas, nos manejaremos básicamente en ventas mensuales dependiendo las temporadas.

Tabla N° 12: Estrategia de Ventas

ESTRATEGIAS	RESPONSABLES
Ventas mensuales con un presupuesto mínimo por mes	Área de ventas Administración
Valor agregado del producto como entregas a domicilio	Administración
Ofrecer productos que se adapten a las necesidades del cliente	Administración Área de ventas Producción
Diseñar promociones mensuales para captar la atención de los clientes	Administración

Tabla Autor: Jeaneth Correa

Fuente: Investigación

2.9.5. Estrategias de Precios

Con las estrategias de precios se busca ganar mercado, tratando de mantener precios para fidelizar a los clientes.

Tabla N° 13: Estrategia de Precios

ESTRATEGIAS	RESPONSABLES
Aplicar la fidelización de proveedores, para que de esta manera se pueda mantener los costos y precios accesibles	Departamento de Contabilidad Administración
Diseñar canales promocionales para informarse, contactarse, negociar con los clientes, etc.	Área de ventas Administración

Tabla Autor: Jeaneth Correa

Fuente: Investigación

2.10. PLAN DE MARKETING.

“Los objetivos que persigue la promoción no sólo se relacionan con las ventas; si se ha entendido que promoción es un proceso de comunicación entre la organización y su público” (De la Garza, 2004).

2.10.1. Diferenciación del Producto.

Para lograr definir un producto extraordinario que resalte sobre la competencia es necesario comparar lo que se ofrece con lo que brindan los demás catering, por ello destacar las características principales y el valor agregado sobre el resto, logrando así que el cliente prefiera a “CorpGourmet Bocaditos”.

“CorpGourmet” Bocaditos se especializa en entregar a sus consumidores productos de primera categoría, manjares exquisitos que van acorde con el excelente servicio y precios establecidos. La ambientación se la pondrá de acuerdo a como prefiera la empresa, en el caso de no requerir algo en especial, destacaremos nuestros colores que serán siempre el tomate, blanco y plomo.

Los horarios de atención serán de lunes a viernes de 8:30 a 18:00, y sábado de 9:00 a 12:00 todos los días del año con excepción de los domingos, 25 de diciembre y 1 de enero.

2.10.2. Marca:

La marca es definida por la (A.M.A.), como un nombre, término, símbolo o diseño; o una combinación de ellos, que trata de identificar los bienes o servicios de un vendedor o grupo de vendedores y diferenciarlos de los competidores.

La elección de un nombre de marca para un producto es importante desde la perspectiva promocional, pues dicho nombre comunica atributos y significado (Belch & Belch, 2005).

Imagen N° 1: Logo



Autor: Jeaneth Correa

2.10.3. Publicidad y Promoción:

En la promoción se emplean técnicas para informar y persuadir al consumidor sobre las características y beneficios de los productos o servicios (Chong J. L., 2000).

La empresa es nueva y será difícil posicionarse en el mercado, por lo que la publicidad jugará un papel muy importante.

Dentro de esta se contará con:

- Redes sociales como Facebook, Twitter y Badoo, para que sea más recomendado y más conocido
- Se hará llamadas y pidiendo citas en cada una de las empresas para así poder mostrar los productos.
- Se manejará un catálogo semestral con cada uno de los productos para mayor facilidad de los clientes al momento de revisar y ver la variedad de bocaditos.
- Habrá una alta participación en revistas como Business, Diners, Vinísimo que sean más de nivel gerencial o manejado por empresas, como también revistas gastronómicas.
- Habrá una página web, la misma que deberá contener toda la información posible de la empresa incluyendo datos como dirección, teléfono o también facilitar las cotizaciones a nivel virtual.
- Al empezar a cubrir compromisos, la mayor publicidad será el servicio y los productos que se brinden, por lo que se requerirá toda la colaboración del personal para así poder cumplir exitosamente el trabajo, y de esta manera asegurar los clientes.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL

3.1. Misión

La empresa “CorpGourmet” produce alimentos de calidad unificando innovación, esfuerzo y profesionalismo. Entre muchas de las diferentes misiones, dos son las esenciales:

- Producir y comercializar bocaditos gourmet, con los estándares de calidad que satisfagan las necesidades de nuestros consumidores.
- Crecer en forma sostenida y racional, aportando al desarrollo de la industria nacional. Ayudando de tal manera a generar trabajo constante para cada uno de los empleados.

3.2. Visión

Ser una empresa sólida, viable, competitiva, que capte nuevos segmentos del mercado en corto plazo, a través de un crecimiento continuo, contribuyendo así al desarrollo de la empresa buscando sus productos y marcas las cuales sean reconocidas en el mercado gracias a tu calidad, innovación y precio justo.

3.3. Objetivos de la empresa

- Dar un servicio de primera, novedoso y original para el mercado empresarial y personal.
- Alcanzar un nivel de posicionamiento a nivel de mercado en la ciudad de Quito.
- Lograr un rentabilidad sostenida durante todo el año
- Ser conocidos como pioneros en la innovación de bocaditos en la ciudad de Quito

3.4. Parte Legal

La Empresa “CORP GOURMET” se constituirá como una Compañía Limitada, (QUITO., 2013) donde existirán aportaciones individuales de 3 socios limitándose la responsabilidad al valor de sus participaciones.

3.4.1. Compañía de Responsabilidad Limitada

La Compañía de Responsabilidad Limitada (CRL) tiene como característica Principal la confluencia de conocimientos y capital.

Características:

Este tipo de empresa tiene socios NO accionistas.

En lugar de tener acciones tiene participaciones.

Las participaciones no son libremente negociables.

La transferencia de participaciones se hace a través de escritura pública.

Para transferir una participación TODOS los socios deben estar de acuerdo.

Sus socios no pueden ser dos cónyuges.

3.4.2. Requisitos Legales

- Copia de la cédula y papeleta de votación de los socios
- Capital mínimo de 400 dólares por socio
- Reservar el nombre en la Superintendencia de Compañía que se le va a dar.
- Elaboración de la minuta, donde constará el estatuto social y la integración del capital. Deberá llevar la firma del abogado.
- Depositar los aportes en una cuenta de integración de capital, abierta en un banco a nombre de la compañía. El certificado de depósito emitido por el banco, con el detalle del aporte que corresponda a cada socio, se incorporará a la escritura del a constitución.
- Si existieren avalúos se agregará a la escritura.
- Solicitud de aprobación de la constitución de la compañía dirigida al Superintendente de compañías, adjuntando tres copias certificadas.
- Publicación del extracto de la escritura en uno de los periódicos, en el Cantón del domicilio de la compañía.
- Obtener la patente municipal.

- Inscripción en el Registro Mercantil. (nombramientos y representantes legales).
- Autorización de la Superintendencia de Compañías para que los fondos de la cuenta de Integración de Capital sean retirados.

3.4.3. Requisitos de funcionamiento

Antes de dar cualquier tipo de servicio debemos cumplir con ciertos requisitos como:

- Registro Único de Contribuyentes (RUC). SRI
- Permiso Previo de construcción del establecimiento de alimentos.-
Para la construcción del inmueble se requiere de una autorización por el tiempo que dure dicha construcción. Municipio del Distrito Metropolitano de Quito.
- Para la construcción del establecimiento destinado a producir alimentos, se requiere solicitar la autorización, adjuntando planos: Estructural a escala 1:50, Canalización sanitaria Distribución de áreas e instalación de los equipos. Municipio del Distrito Metropolitano de Quito.
- Redes eléctricas y de agua potable y Estudio de impacto ambiental (municipios) y de los bomberos. Municipio del Distrito Metropolitano de Quito y Cuerpo de Bomberos del Distrito Metropolitano de Quito.
- Permiso de Funcionamiento para Establecimientos que produzcan y expendan alimentos. Ministerio de Salud Pública.

- Constitución de la organización en la Superintendencia de Compañías.

3.4.4. Registro Único de Contribuyente

El RUC corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades que realicen alguna actividad económica en el Ecuador, en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deban pagar impuestos. (INTERNAS, 1992)

Los requisitos previo la obtención del Registro Único de Contribuyentes son:

- a. Deben inscribirse dentro de los siguientes treinta días hábiles a partir de la fecha de inicio de actividades.
- b. Formularios RUC-01-A y RUC -01-B suscritos por el representante legal.
- c. Original y copia certificada de la escritura pública de constitución inscrita en el Registro Mercantil.
- d. Original y copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
- e. Identificación del representante legal:
 - Copia de la cédula de identidad
 - Copia del certificado de votación

- Identificación del gerente general
- Copia de la cédula de identidad
- Copia del certificado de votación.
- g.** Original y copia de la hoja de datos generales del Registro de Sociedades.
- h.** Verificación de la dirección de los establecimientos donde realiza la actividad económica: original y copia de los siguientes documentos:
 - Planilla de servicio eléctrico o
 - Planilla de consumo telefónico o
 - Planilla de consumo de agua o
 - Contrato de arrendamiento con el sello del juzgado de inquilinato o
 - Pago del impuesto predial.
- i.** Formulario 106 –A, por el pago de la multa de inscripción tardía si es el caso

3.4.5. Permisos Municipales.-

Se deberán obtener permisos para el adecuado funcionamiento de la Empresa CorpGourmet como:

- Obtener la Licencia Metropolitana de Funcionamiento otorgada por el Municipio de Quito (Quio, 2005)
- Formulario Único de Licencia Metropolitana de Funcionamiento
- Copia del RUC

- Copia de la Cédula de Identidad del Representante Legal
- Copia de la Papeleta de Votación del Representante Legal
- Informe de Compatibilidad de uso de suelo
- Para establecimientos que requieren control sanitario: Carné de salud del personal que manipula alimentos
- Persona Jurídica: Copia de Escritura de Constitución (primera vez)
- Requisitos adicionales para los establecimientos que deseen colocar publicidad exterior:
- Autorización notariada del dueño del predio (en caso de no ser local propio)
- En caso de propiedad horizontal: Autorización notariada de la Asamblea de Copropietarios o del Administrador como representante legal
- Dimensiones y fotografía de la fachada del local (ESTABLECIMIENTOS CON PUBLICIDAD EXISTENTE)
- Dimensiones y bosquejo de cómo quedará la publicidad (PUBLICIDAD NUEVA)

3.4.6. Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

- Informe de Inspección
- Copia de la Cédula de Identidad del representante o copropietario
- Copia de RUC
- Copia del permiso del año anterior

- Copia de la patente municipal

3.4.7. Funcionamiento emitido por el Ministerio de Salud (para los establecimientos que requieren control sanitario)

- Solicitud de Permiso de Funcionamiento
- Planilla de inspección
- Copia del título profesional del responsable en caso de ser industria y pequeña industria
- Certificado del título profesional del SENECYT
- Lista de productos a elaborar
- Categoría otorgada por el Ministerio de Industrias y Comercio (Industria y pequeña industria)
- Planos de la planta con la distribución de las áreas correspondientes
- Croquis de la ubicación de la planta
- Documentar procesos y métodos de fabricación, en caso de industria
- Certificado de capacitación en Manipulación de Alimentos de la empresa
- Copia de la Cédula y Certificado de Votación del propietario
- Copia del certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud y el Ministerio de Salud
- Copia del RUC del establecimiento

- Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos
-

3.4.8. Afiliación de Empleados.-

“Art. 2.- **SUJETOS DE PROTECCIÓN.-** Son sujetos obligados a solicitar la protección del Seguro General Obligatorio, en calidad de afiliados, todas las personas que perciben ingresos por la ejecución de una obra o la prestación de un servicio físico o intelectual, con relación laboral o sin ella. (IEES, 1992)

El empleador debe remitir al IESS los aportes y descuentos que el instituto ordene dentro de los 15 días posteriores al mes trabajado, esto es, los aportes personales y los de sus trabajadores.

Presentar el formulario que entrega el IESS para la obtención del número patronal, adjuntando documentos respectivos para cada tipo de empresa. (social, 2005)

- Copia simple de la escritura de constitución.
- Copias del nombramiento del Gerente inscrito en el Registro Mercantil.
- Copia del RUC.
- Copia de la cédula de identidad del representante legal.
- Copia de los contratos de trabajo debidamente legalizados en el Ministerio de Trabajo.

- Copia del último pago de agua, luz o teléfono.
- Copia de la Resolución de la Superintendencia de Compañías.

3.5. Descripción Administrativa.-

Las diferentes funciones departamentales se asocian con las habilidades de cada uno de los empleados ya que esto ayuda mucho al momento de presentar la imagen de la empresa a los clientes.

Tendremos control constante en los diferentes departamentos administrativos teniendo comunicación continúa en todo momento del funcionamiento. Se controlará también las actividades de servicio, limpieza y mantenimiento, tanto en el área de producción como en cada uno de los lugares donde se facilitara el servicio.

3.6. Estructura organizacional.-

3.6.1. Organización Estructural.-

Gráfica N° 10: Organización Estructural

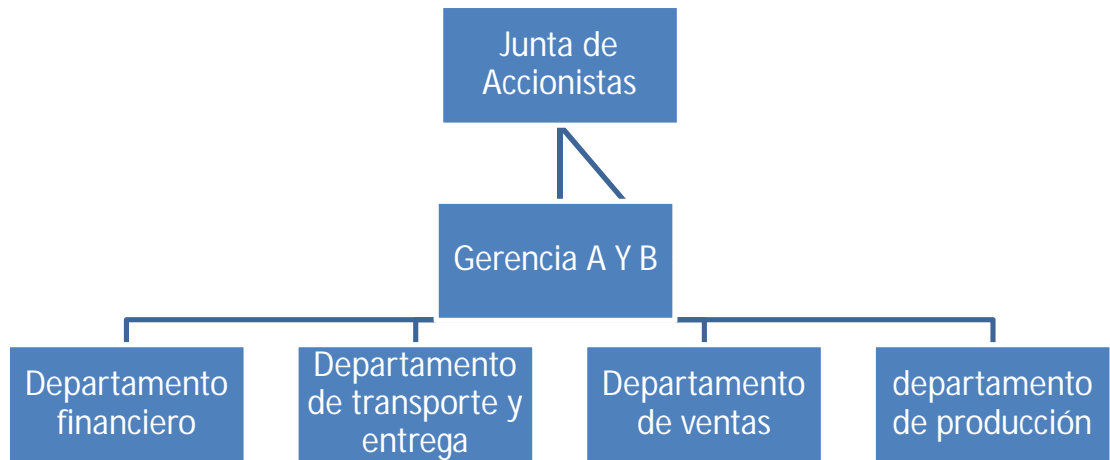


Gráfico Autor: Jeaneth Correa

3.6.2. Organigrama Posicional

Gráfica N° 11: Organigrama Posicional

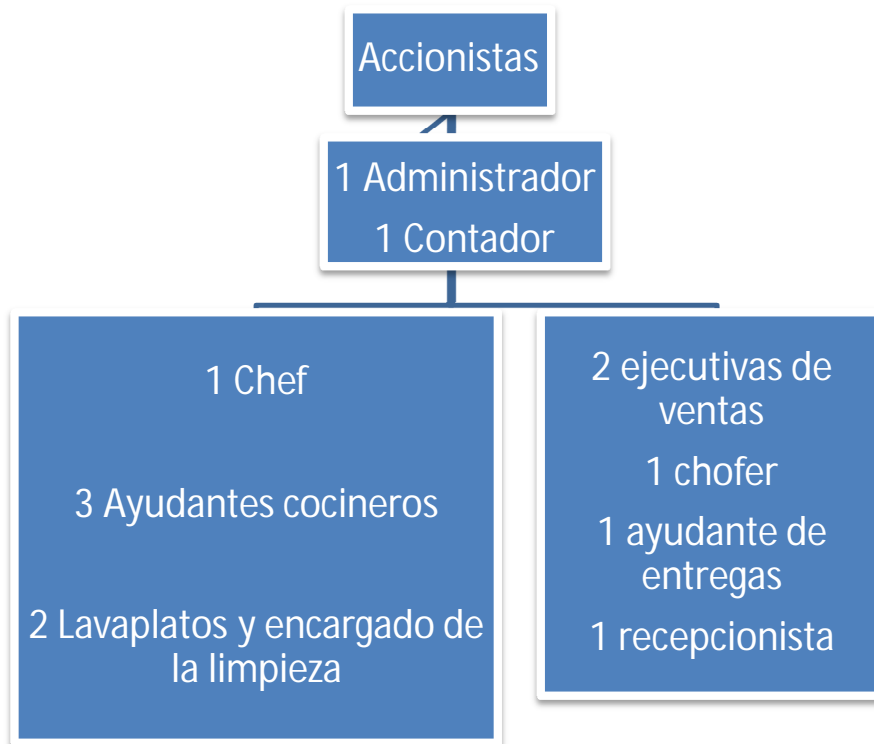


Grafico Autor: Jeaneth Correa

3.7. Funciones por Departamentos.-

Se crearán 4 departamentos funcionales de acuerdo a las necesidades de la

Empresa:

3.7.1. Gerencia General.-

Cada departamento tendrá la previa evaluación del Gerente con el Operador encargado por departamento, ya que la persona encargada por departamento determinarán la nómina de la Empresa como:

- Reclutamiento.- cubrir las vacantes.

- Selección.- analizar habilidades y capacidades.
- Inducción.- dar información necesaria.
- Contratos de trabajo.- de acuerdo a la ley.
- Asignación de funciones.- asignar responsabilidades, obligaciones y condiciones laborales
- Determinación de salarios.- asignar valores competitivos al mercado laboral.
- Control de asistencia.- establecer horarios.
- Comunicación.- indicar medios apropiados para desarrollar ideas e intercambiar información.
- Disciplina.- desarrollar y mantener reglamentos de trabajo.
- Seguridad.- tener instalaciones para prevenir accidentes de trabajo y enfermedades profesionales.

Perfil del personal

Para poder tener una buena función del personal que trabajará en la empresa, es necesario ver las funciones y características que deben tener para desarrollar cada cargo, funciones que se detallarán a continuación:

Funciones - Gerente de Alimentos y Bebidas.-

Perfil: Título Universitario en Hotelería, Gastronomía, o Administración de empresas.

- Experiencia mínima de dos años en hoteles o restaurantes
- Don de liderazgo
- Capacidad de cooperación
- Visión empresarial

Desarrollará:

- Dirigir la política comercial, personal, etc., de la empresa.
- Realizar el control de los presupuestos mensuales y anuales.
- Analizar oportunidades del mercado.
- Decidir sobre inversiones, créditos, etc.
- Negociar con las empresas y particulares sobre futuros contratos.
- Gestionar la publicidad y promoción de la Empresa CorpGourmet.
- Supervisar la calidad del producto y servicio.

Funciones – Operador – Chef Principal.-

Perfil: Título Universitario en Administración Gastronómica u Hotelería.

- Experiencia mínima de dos años
- Experiencia en producción
- Conocimiento en normas de sanitación

- Capacidad de dirigir
- Capacidad de tomar decisiones

Desarrollará:

- Establecer organización funcional y operativa de la producción
- Supervisar la realización de recetas técnicas de elaboración.
- Gestionar pedidos al por mayor cuidando el inventario de insumos.
- Solicitar equipos industriales para producción, conservación y almacenamiento.
- Establecer la organización de banquetes, conferencias, convenciones, reuniones, congresos, etc.
- Cuidar el control presupuestario del evento a desarrollar.
- Supervisar el stock de materias primas.
- Coordinar el personal fijo y eventual que interviene fuera y dentro de las instalaciones.

Características - Recepcionista:

Perfil: Tendrá título de Secretariado Bilingüe.

- Experiencia mínima de dos años
- Conocimiento básico de computación
- Conocimientos básicos de contabilidad
- Suficiencia en idioma extranjero, de preferencia inglés

Debe desarrollar los siguientes puntos:

- Responder llamadas telefónicas.
- Tomar pedidos e informar las promociones que se manejan mensualmente.
- Identificar al cliente, conocer necesidades del cliente, describir servicios y tarifas.
- Notificar productos, servicios y formas de pago o garantía.
- Verificar la información obtenida.
- Mantener contacto con los diferentes supervisores de área.

3.7.2. DEPARTAMENTO FINANCIERO.-

Controlará la inversión, financiamiento, recursos económicos y tomará decisiones sobre los dividendos de la empresa, desarrollando análisis financieros de rentabilidad y liquidez.

Perfil: Ingeniero Financiero

- Experiencia mínima de dos años

- Conocimientos de contabilidad y finanzas

Desarrollará:

- Identificar y solucionar los problemas de información contable.
- Facilitar la interpretación y comunicar con destreza la información propia y la emergente del sistema de información tributario, y legal.
- Conocer las facilidades que brindan las tecnologías de información disponibles y las formas de ponerlas en práctica.
- Preparación, análisis y proyección de estados contables, presupuestarios, de costos y de impuestos en empresas y otros entes.
- Revisión de contabilidades y su documentación.
- Interactuar con supervisores de área.
- Crear planes financieros, obtener recursos financieros y expandir sus actividades.
- Administrar recursos financieros para realizar operaciones de: compra materia prima, adquisiciones de maquinaria y equipos, pago de salarios, entre otros.
- Presentará informes a Gerencia General.

3.7.3. DEPARTAMENTO DE MERCADEO

El departamento de mercadeo será el principal aliado en dar a conocer al mercado sobre la empresa y los servicios que está presta.

Funciones del departamento:

- Establecer la estructura organizativa y funcional del establecimiento.
- Organizar y coordinar promociones.
- Diseñar y controlar estrategias del mercado.
- Estudiar a la competencia
- Gestionar servicios y medios de publicidad.
- Realizar el control presupuestario.

3.7.4. DEPARTAMENTOS DE VENTAS.-

El departamento de ventas será la principal clave de llevar a conocer la empresa “CorpGourmet” junto con el departamento de marketing

Perfil:

- Ejecutivas/os de ventas entre los 20 y 30 años
- Don de liderazgo
- Facilidad de palabra
- Conocimiento básico de computación

Desarrollará:

- Visitar clientes corporativos como empresas, dando a conocer el producto.
- Promocionar la venta de servicios a personas naturales y jurídicas.
- Atender sugerencias, pedidos y reclamos.
- Controlar la calidad de productos y servicios ofrecidos.

3.7.5. DEPARTAMENTO PRODUCCIÓN.-

El departamento de producción será el encargado de convertir a materia prima en productos listos para la venta. De este departamento las personas encargadas serán el chef y el jefe de cocina los cuales cumplirán las siguientes funciones como departamento:

- Controlar el aprovisionamiento de materias primas.
- Establecer según el tipo de demanda las características y el proceso a seguir.
- Controlar – coordinar, bajo las instrucciones del Operador, la elaboración, montaje y envasado de platos elaborados o precocinados.
- Analizar la calidad de géneros.
- Realizar salsas, decoraciones y montaje.

- Pesar y dosificar ingredientes.
- Controlar temperaturas, tiempos y fecha de los géneros.
- Coordinar la brigada de cocina.
- Planificar y redactar los procesos de elaboración diaria.
- Realizar el inventario de cocina.
- Pedir compras de aprovisionamiento de alimentos, bebidas, etc.
- Controlar la calidad y administrar las materias primas y platos elaborados.
- Realizar inducción al personal de cocina.
- Vigilar la condimentación de los platos.
- Presentar informes semanales al Operador.

Funciones – Personal de Cocina:

Tendrá título medio y experiencia mínima de 5 años.

Desarrollará.

- Recibir y seleccionar géneros alimenticios.
- Preparar, limpiar y cortar carnes, pescados, verduras, frutas, etc.
- Manejar técnicas de cocción.
- Elaborar repostería.
- Conocer técnicas de limpieza referente a utensilios, material de cocina y arreglo del buffet.
- Realizar mise en place de todos los requerimientos en cocina.

- Organizar productos cocinados para su traslado.
- Elaborar comida para el personal.

Funciones – Personal de Limpieza:

Tendrá título medio y experiencia mínima de 2 años.

Desarrollará:

- Lavar todo tipo de menaje.
- Lavar las mantelerías que se usen en servicio.
- Realizar la limpieza general del área de producción.
- Tirar desperdicios procedentes de la cocina y comedor.
- Retirar el material usado.
- Mantener equipos en perfecto estado de uso.
- Solicitar y mantiene el stock de materias prima.

3.7.6. Departamento de transporte y entrega

Perfil: licencia profesional

- Conocimiento de la ciudad
- Experiencia en el manejo de camiones

Desarrollará:

- Entrega de pedidos a domicilio
- Carga y descarga de productos
- Registro de inventario de entrega diaria

- Estará a cargo de una persona que le dará apoyo como ayudante de chofer.
- Revisar antes de salir que todo esté completo
- Se encargará de la limpieza de vehículos
- Entregar la mercadería en buen estado.
- Debe revisar mapas y direcciones exactas antes de proceder con la entrega.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

En el estudio técnico se analizan varios elementos con la descripción detallada de los mismos mostrando así todos los requerimientos para que estos puedan ser funcionales.

Para poder determinar la capacidad de producción de la empresa se tomará en cuenta la demanda insatisfecha por parte de las empresas del norte de Quito, también es importante recalcar el tipo de preferencias de las mismas en cuanto a buena calidad y excelente atención, para que las dimensiones de instalación se puedan acoplar correctamente a la elaboración y optimización de todos los recursos económicos, operativos, productivos, e insumos, que se tendrán disponibles, abasteciendo permanentemente.

4.1. Micro y macro localización

El lugar escogido para la producción de bocaditos de la empresa CorpGourmet será en la parroquia de Yaruquí, esta tiene como ventaja el terreno el cual mide alrededor de 3500 metros cuadrados, este terreno a pesar de no contar con una construcción previa, es amplio para la edificación de una infraestructura totalmente equipada, que tendrá todos los servicios necesarios para nuestra producción, además se dispone de los servicios básicos como agua, electricidad, alcantarillado, existe

rápido acceso a medios de transporte, y en general reúne todas las características requeridas.

4.1.1. Macro localización:

Se debe tener en cuenta los aspectos sociales y nacionales de la planeación basándose en las condiciones regionales de la oferta y la demanda. (Córdoba Padilla, 2011).

El proyecto se ubicará en la parroquia de Yaruqui, a una hora de la ciudad de Quito, lugar donde se realizará la producción y de donde partirá el lugar de distribución de los productos.

Imagen Nº 2: Mapa



Autor: Jeaneth Correa,

Fuente (wikipedia, 2011)

Este territorio se ha expandido progresivamente debido a que la población actual y las empresas buscan áreas que no están dentro del límite urbano, lo que ha provocado la constante demanda de terrenos, al encontrarse también muy cerca al nuevo aeropuerto Mariscal Sucre hace que las vías estén en perfecto estado, y que la movilización sea más rápida. Ayudando así poder tener una mejor distribución de nuestros productos.

4.1.2. Micro localización:

La micro localización indica cual es la mejor alternativa de instalación de un proyecto dentro de la macro zona elegida, y para la ubicación definitiva del proyecto utilizaremos el método cualitativo por puntos que consiste en definir los principales factores determinantes de una localización para asignarles valores ponderados de peso relativo, de acuerdo con la importancia que se les atribuye (Córdoba Padilla, 2011).

Los factores tomados en cuenta para la elección del terreno fueron los siguientes:

- Vías de acceso:

La nueva carretera hacia el nuevo aeropuerto ha ayudado a que el transporte sea más rápido y eficiente, sin olvidar que esta por acabarse de construir el nuevo puente “Chiche” como también la nueva ruta viva, lo que va a mejorar en un 80% la afluencia de tráfico.

Hay que tomar en cuenta que la ubicación del terreno no es en plena carretera sino más adentro en el barrio san Vicente, a 100 metros adentro de la carretera.

Imagen Nº 3: Terreno



Fuente: Google Earth

Así mismo, en los últimos años el acceso a la parroquia de Yaruqui se ha vuelto cada vez más cómodo desde Quito ya que se puede ingresar por el túnel Guayasamin hacia el intercambiador de la vía Simón Bolívar que dirige al sector, en bus se puede salir desde la parada de la eco vía en la Río Coca, otra alternativa es tomar la Floresta y bajar por Guapulo; el tiempo promedio de llegada es 40

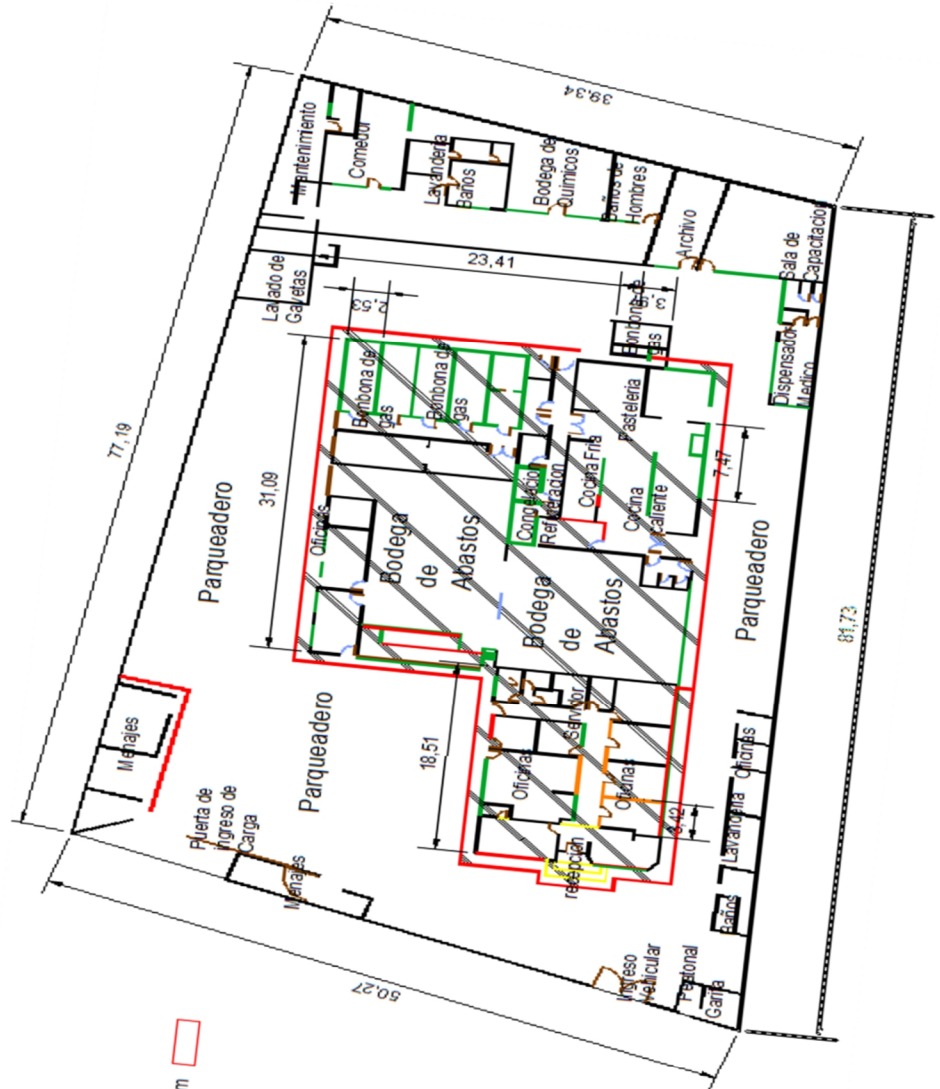
minutos, igualmente desde el valle de los Chillos por la vía Intervalles; como también las nuevas vías al NAI (nuevo aeropuerto de Quito) siendo la primera la Ruta a Collas se la puede tomar desde el peaje de Oyacoto, o la Ruta Viva que va desde la Simón Bolívar . Todas estas rutas disponen de transporte público y están disponibles todos los días hasta 7pm o 8pm dependiendo de la cooperativa de transporte.

Todo esto permite la entrega de materia prima necesaria en CorpGourmet sin ningún inconveniente.

4.2. Estructura de la fábrica

El terreno mide alrededor de 3.500 metros cuadrados de superficie, lo cual se ocupará a nivel de fábrica 1500 metros. Estos estarán distribuidos de la siguiente manera como se observa el detalle de los planos.

Imagen N° 4: Estructura de la Fábrica



AREA TOTAL= 3485.63m
 AREA BODEGA DE ABASTOS =1216.04m

Elaborado: Ing. Víctor Arévalo

4.2.1. Distribución espacial:

Las paredes y los pisos deberán ser impermeables, antideslizantes, colores claros y de fácil desinfección, con inclinación suficiente para evitar retenciones de líquidos y los desagües estarán con los dispositivos adecuados que eviten olores y penetración de roedores.

Los techos serán impermeables, resistentes y construidos con materiales que permitan su limpieza y desinfección; se proyectarán de modo que se impida la acumulación de suciedad y condensación de vapores.

Los huecos al exterior dispondrán de los dispositivos adecuados para evitar el acceso de insectos y roedores. La ventilación natural o artificial deberá ser adecuada

Área de Producción:

El área de producción es de 1200 metros cuadrados, los cuales están debidamente distribuidos en cocina fría, cocina caliente, pastelería, posillería, cuartos fríos, congelación y refrigeración, carnes, bodega de químicos, bodega de abastos, empackado y oficina del chef.

El departamento de producción es donde se almacenará, preparará y se distribuirá alimentos. Es un taller de arte donde se crea, convirtiéndose en un lugar con adecuada capacidad y control en todos los procesos de manipulación de cada uno de los alimentos.

La complejidad de los trabajos en cocina, se desglosa en pequeños grupos con funciones independientes y personal especializado. Se complementará con adecuado menaje, maquinaria fija, herramientas de trabajo e implementos de cocina.

El área de producción dispondrá de agua potable fría y caliente, existiendo una tubería de identificación para cada una, con caudal suficiente.

Ésta se distribuirá de la siguiente manera:

- **Cocina caliente.-**

- Es el lugar donde se transformará por medio del calor los alimentos crudos.
- Centro de operaciones principales en la producción de géneros alimenticios.
- Poseerá instalaciones fijas como: extractores de olores, freidoras, asadoras, parrillas, etc.
- Se controlará adecuadamente la temperatura previo empaque y distribución.

- **Cocina fría.-**

Es donde se racionarán todo al frío. Se realizarán la presentación de platos finamente decorados con temperatura fresca, para la manipulación de géneros fríos y crudos, como también garde-manger en todo momento.

La producción de bocaditos fríos como sushi es muy importante en esta área.

- **Pastelería.-**

En esta área se desarrollarán todos los bocaditos de dulce, postres y demás cosas que impliquen dentro del mundo pastelero.

- **Posillería.-**

Esta área será muy importante ya que será la encargada de tener todos los implementos limpios y listos para usarse en cualquier momento.

Bodega de abastos.-

Almacén para productos alimenticios que no requieran frío, debidamente acondicionado.

- Las zonas del almacén deberán estar limpias en todo momento.
- El almacenamiento deberá estar totalmente cercado.
- Algunas zonas son más cálidas influirán en el tiempo de conservación de algunos productos.
- Se distribuirán conservas, granos secos, variedad de féculas, enlatados, pastas, condimentos, grasas sólidas - líquidas, etc.

Área de ensamblaje y empaque.-

Las preparaciones se envasarán de forma separada, conservando su independencia y protegidas del ambiente exterior.

- Bandejas individuales se entregarán en adecuados contenedores de transporte y medios de calentamiento.

- Los envases podrán ser de vidrio, cerámica, hojalata, papel de aluminio, celofán o de cualquier material no tóxico. Dependiendo también del tipo evento o entrega que sea.
- Se mantendrá el orden de los procesos de manipulación.
- Se utilizarán material adecuado para evitar contaminación externa.

Distribución.-

- Las rampas y zonas de maniobra de vehículos, donde se carguen o descarguen productos alimentarios, o productos que van a entregarse a domicilio al cliente final, deberán mantenerse en buen estado de pulcritud y limpieza.
- Se lo realizará de acuerdo a la orden de producción y será controlada por el Operador de Alimentos.

Área de selección de géneros.-

Donde se realizará limpieza, selección, elaboración de cortes, y distribución adecuada de los alimentos.

Ésta área se mantendrá alejado del calor, con temperatura ambiente y humedad apropiada.

Desperdicios.-

Serán adecuadamente segmentados en orgánicos, plásticos, papel y vidrio. Al lado de los puestos de trabajo se dispondrán recipientes higiénicos, de fácil

limpieza y desinfección, dotados de cierre hermético, para recoger los desperdicios. Dispondrán de una recepción de contenedores, donde los residuos no utilizados puedan ser destruidos o desnaturalizados.

Recepción.-

Es el área donde se atenderán a personas particulares, proveedores y demás.

Área empleados – cocina.-

Será un lugar acondicionado para que la brigada de producción se cambie su ropa, realice su aseo corporal y utilice los sanitarios.

Baños.-

El lugar debe ser ventilado y fresco poseerá armarios, sillas, duchas, lavabos con espejos. Existirán también baños para el área administrativa

Área administrativa.-

En ésta área podemos encontrar las siguientes oficinas:

- Gerencia General.
- Departamento Administrativo.
- Departamento de Ventas.
- Departamento Financiero
- Departamento de Marketing

4.3. Financiamiento:

En este proyecto se estima una inversión de 300 mil dólares americanos, aproximadamente la cual estará financiada de la siguiente manera: el proyecto se llevará a cabo con la ayuda de 3 socios que invertirá el 45%

de capital, el resto de dinero que es \$165000 equivalente al 55%, será una inversión propia convirtiéndome en socia mayoritaria del lugar.

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero tiene como objeto determinar de una manera contable la magnitud de la inversión.

El estudio se integra con la formulación de los presupuestos de ingresos y gastos, así como también la determinación de las fuentes de financiamiento requeridas para la instalación del proyecto.

5.1. Objetivos:

5.1.1. **Objetivo General**

Establecer la factibilidad de la empresa CorpGourmet.

5.1.2. **Objetivo Específico**

Identificar y definir los costos de inversión para lograr un mejor análisis de la situación financiera de la empresa CorpGourmet.

5.2. Inversiones:

Comprende el total de la inversión que se requiere para la operación de CorpGourmet, a continuación se especifica los activos fijos y capital de trabajo necesarios.

Tabla N° 14: Inversión

INVERSION		
Descripción	Valor	Porcentaje
Activos fijos		
Tangibles	37.098,33	12,37%
Activos fijos		
intangibles	2.234,82	0,74%
Terrenos	68.004,36	22,67%
Edificios	102.030,00	34,01%
Muebles y		
Enseres	4.502,28	1,50%
Equipos de		
Computación	2.856,00	0,95%
Equipos de		
Oficina	204,00	0,07%
Vehículos	19.000,00	6,33%
Capital de		
Trabajo	64.070,21	21,36%
Total	300.000,00	100,00%

Tabla Autor: Jeaneth Correa

Fuente: Investigación

5.2.1. Activos Fijos Tangibles:

Los activos fijos tangibles son los bienes que usan continuamente y facilitan las operaciones laborales y la atención al cliente (Córdoba Padilla, 2011), están sujetos a depreciación.

Tabla Nº 15: Activo Fijos Tangibles

ACTIVOS FIJOS	
Edificaciones	102.030
Equipos de Computación	2856
Muebles y Enceres	4502,28
Vehículo	19000
Equipo de Oficina	240
Maquinaria y Equipo	37098,33
TOTAL	63798,64

Tabla Autor: Jeaneth Correa

Fuente: Investigación

5.2.1.1. Terreno :

El terreno se encuentra ubicado en la parroquia de Yaruquí, entre la calle Luis Pallares y N - 95, que se conecta directamente con la avenida Quito. El total del terreno es de 3500 m² los cuales están avaluados según municipio de Quito en \$68.004,36. Pero hay que recordar que el terreno es propio por lo tanto no se tomará en cuenta.

Tabla N° 16: Terreno

TERRENO			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Terreno	3500 m ²	68.004,36	68.004,36
TOTAL			68.004,36

Tabla Autor: Jeaneth Correa

Fuente: Investigación

5.2.1.2. Edificaciones:

Se realizará la construcción completa de CorpGourmet y todas sus instalaciones serán adecuadas para la producción de los bocaditos.

Tabla N° 17: Edificaciones

EDIFICACIÓN			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Construcción	1	102.030	102.030
TOTAL			102.030

Tabla Autor: Jeaneth Correa

Fuente: Ing. Víctor Arévalo

Tabla N° 18: Metraje Construcción

METRAJE DE CONSTRUCCIÓN	441,74 m²
ESPECIFICACIÓN	PRECIO (dólares)
EQUIPO	2500
MANO DE OBRA	28000
MATERIALES	55505
COSTO INDIRECTOS	16025
COSTO TOTAL	\$102,030

Tabla Autor: Jeaneth Correa

Fuente: Ing. Víctor Arévalo

5.2.1.3. Equipos de Computación:

El equipo de computación es una herramienta de trabajo que ayuda a llevar a cabo la actividad del establecimiento.

Tabla N° 19: Equipos de Computación

EQUIPO DE COMPUTACIÓN			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Laptop - Toshiba	4	700	2800
Subtotal			2800
Imprevistos 2%			56
TOTAL			2856

Tabla Autor: Jeaneth Correa

Fuente: Digital Store

5.2.1.4. Muebles y Enceres:

Los muebles y enceres serán el complemento de los espacios físicos y permitirán ofrecer un mejor servicio.

Tabla N° 20: Muebles y Enceres

MUEBLES Y ENSERES:			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorio	4	349	349
Silla de Escritorio	4	75	300
Mueble de recepción	1	385	385
Silla para recepción	1	55	55
Celulares	2	200	400
Sillas de Madera	5	450	2.250
MATERIAL ADMINISTRATIVO	-	-	500
Subtotal	17	1514	4.414
Imprevistos 2%	88,28		
TOTAL			4502,28
			4502,28

Tabla Autor: Jeaneth Correa

Fuente: Ferrisariato

5.2.1.5. Vehículo

La compra de un vehículo es indispensable para movilizar productos, y compras que se realizarán en la panadería.

Tabla Nº 21: Vehículo

VEHÍCULO			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Chevrolet NLR 55E	1	19000	19000
TOTAL			19000

Tabla Autor: Jeaneth Correa

Fuente: Investigación

5.2.1.6. Equipo de Oficina

Los equipos de oficina se utilizarán para llevar un registro y cobro de las ventas de la panadería, además de agilizar el servicio a los clientes.

Tabla N° 22: Equipo de oficina

EQUIPO DE OFICINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Teléfonos	8	25	200
Subtotal			200
Imprevistos 2%			40
TOTAL			240

Tabla Autor: Jeaneth Correa

Fuente: Mercado Libre – Ferrisariato

5.2.1.7. Maquinaria y Equipo:

Conjunto de utensilios o herramientas que se pueden utilizar de forma independiente o conjuntamente con la maquinaria. En un catering es imprescindible la utilización de maquinaria especializada y equipo de cocina que ayude a efectivizar el tiempo y la producción en cada área.

Tabla N° 23: Maquinaria y Equipo

Área de Pastelería

Equipos	Cantidad	Costo	
		Unitario	Total
Congelador 2 puertas vertical	1	\$6.800,00	\$6.800,00
Leudador	1	\$4.650,00	\$4.650,00
Hornos 20 latas	1	\$6.500,00	\$6.500,00
Mesa de trabajo 2.37* 0.6	1	\$860,00	\$860,00
Fregador con 2 pozos	1	\$920,00	\$920,00
Amasadora	1	\$1.200,00	\$1.200,00
Total Pastelería			\$20.930,00

Área de Cocina Caliente

Equipos	Cantidad	Costo	
		Unitario	Total
Cocina de 6 quemadores con plancha	1	\$3.033,18	\$3.033,18
Robot procesador de alimentos	1	\$1.851,85	\$1.851,85
Mesa de trabajo 2.37* 0.6	2	\$860,00	\$1.720,00
Fregador con 2 pozos	2	\$920,00	\$1.840,00
Congelador horizontal 2 puertas	1	\$1.040,00	\$1.040,00
Batidora de mano	2	\$28,14	\$56,28
Licadora Industrial	1	\$860,00	\$860,00

Total Pastelería			\$10.401,31
-------------------------	--	--	--------------------

Equipos para Bodega

Equipos	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Balanza Digital 0-1000gr * 1gr / 0-2000gr*2gr	1,00	\$68,11	\$68,11
Balanza Digital 100 KG * 100 GR	1,00	\$96,77	\$96,77
Balanza Mecánica 30KG	2,00	\$48,82	\$97,64
Termos Cambro doble cuerpo	3,00	\$1.120,00	\$3.360,00
Total Equipos de Cocina			\$3.622,52

Utensilios de Cocina

Utensilios	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Abrelatas	2,00	\$12,63	\$25,25
Araña Industrial	2,00	\$9,97	\$19,94
Bandejas Plásticas	5,00	\$3,59	\$17,95
Batidor Francés de alambre	3,00	\$15,30	\$45,90
Boleros de Helado	2,00	\$13,77	\$27,54
Bolillo de aluminio	2,00	\$16,54	\$33,08
Bolws Metálico de acero inoxidable	6,00	\$14,08	\$84,48
Brocha plástica	3,00	\$5,85	\$17,55

Cernidor plástico	4,00	\$2,79	\$11,15
Chaira	2,00	\$11,92	\$23,83
Chiflero mediano	3,00	\$36,00	\$108,00
Colador chino doble malla	2,00	\$29,87	\$59,73
Cuchareta mango plástico	3,00	\$1,84	\$5,52
Cuchareta mango plástico perforada	3,00	\$2,27	\$6,81
Cucharon 8 onza	3,00	\$3,43	\$10,28
cucharon grande	1,00	\$14,22	\$14,22
Cuchillo de chef 12 pulgadas	3,00	\$13,02	\$39,05
Cuchillo de sierra 10 pulgadas	1,00	\$6,86	\$6,86
Diablo de metal	1,00	\$8,00	\$8,00
Espátula 7"x4-1/4"	2,00	\$7,95	\$15,90
Espátula lengua de gato tramontina	2,00	\$5,61	\$11,22
Espátula de pastelería	2,00	\$3,38	\$6,76
Espátula plástica	2,00	\$2,21	\$4,42
Espumadera	1,00	\$9,30	\$9,30
Espumadera mediana	1,00	\$8,71	\$8,71
Recipientes para salsa	3,00	\$0,78	\$2,33
Guarda todo grande	3,00	\$13,00	\$39,01
guarda todo mediano	3,00	\$14,32	\$42,97
Guarda todo pequeño	3,00	\$8,79	\$26,37
Hachuela	1,00	\$14,57	\$14,57

Imán para cuchillos	2,00	\$8,64	\$17,28
Jarras con medida	2,00	\$0,72	\$1,44
Jarras plásticas 4 litros	2,00	\$1,88	\$3,76
Juego de boquillas de 10 piezas	1,00	\$18,93	\$18,93
Juego de coladores plásticos	2,00	\$1,54	\$3,07
Lata de Pastelería 18X26 CAL. 18	6,00	\$15,48	\$92,88
Línea grade 2 pulgadas	2,00	\$19,12	\$38,24
Line Grande 4 pulgadas	2,00	\$25,10	\$50,20
Línea Grande 6 pulgadas	2,00	\$34,86	\$69,73
Manga de pastelería	2,00	\$7,18	\$14,35
Media línea 2 pulgadas	2,00	\$11,90	\$23,80
Media línea 4 pulgadas	2,00	\$14,22	\$28,44
Media línea 6 pulgadas	2,00	\$20,37	\$40,74
Molde para pastel	3,00	\$2,69	\$8,07
Molde caracol	50,00	\$1,01	\$50,50
Molde para pan	12,00	\$7,51	\$90,12
Molde Tartaleta	50,00	\$0,77	\$38,50
Olla 16 cm	2,00	\$5,89	\$11,78
Olla 22 cm	2,00	\$8,17	\$16,33
Olla 24 cm	2,00	\$9,70	\$19,40
Olla 26 cm	2,00	\$12,27	\$24,54
Olla 30 cm	2,00	\$17,45	\$34,90

Olla 32 cm	2,00	\$37,59	\$75,18
Olla 36 cm	2,00	\$51,52	\$103,04
Olla 40 cm	1,00	\$64,60	\$64,60
Pelador de Verduras	2,00	\$1,82	\$3,64
Pinza mango caucho	2,00	\$4,92	\$9,83
Puntillas mango plástico	2,00	\$1,88	\$3,76
Rasquetas de pastelería	1,00	\$7,27	\$7,27
Remos de acero 36 pulgadas	1,00	\$18,77	\$18,77
Reposteros 1 litro	6,00	\$2,20	\$13,21
Saladier	3,00	\$14,22	\$42,66
Sartén 14 " de teflón	2,00	\$38,27	\$76,54
Set de decoración	1,00	\$21,15	\$21,15
Tabla de picar 18"x24"	2,00	\$25,07	\$50,15
Tacho Hércules Grande	3,00	\$44,93	\$134,78
Tacho Supremo	3,00	\$11,80	\$35,40
termómetros -20 a 120 grados	6,00	\$6,80	\$40,81
Total utensilios			\$2.144,50
Total Inversión Equipos y Menajes			\$37.098,33
Amortización 12 meses			\$3.091,53

Tabla Autor: Jeaneth Correa

Fuente: TERMALIMEX – TECMY EQUIPOS

5.2.2. Activos Fijos Intangibles:

Los activos intangibles son indispensables para el funcionamiento de la empresa, y están sujetos a amortización, no tienen una naturaleza corpórea, es decir, no se pueden ver ni tocar (Vergara, 2012).

Tabla N° 24: Activos Fijos Intangibles

ACTIVOS INTANGIBLES	
Constitución legal	1.734
Permisos y Patentes	1100
TOTAL	2.834,00

Tabla Autor: Jeaneth Correa

Fuente: Investigación

5.2.2.1. Constitución Legal:

Son los gastos necesarios para la constitución, e inicio de actividad de la empresa. Se incluyen gastos de notaría, abogado, proyectos, etc.

Tabla Nº 25: Gastos de Constitución

GASTOS CONSTITUCIÓN	
DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Constitución Legal	1000
Abogado y Notario	2.200
Subtotal	2.200
Imprevistos 2%	64
TOTAL	2.264

Tabla Autor: Jeaneth Correa

Fuente: Investigación

5.2.2.2. Permisos y Patentes:

Son todos aquellos documentos que permiten el legal funcionamiento de un local comercial, para a panadería se necesitan los siguientes requisitos.

Tabla N° 26: Permisos y Patentes

PERMISOS Y PATENTES	
DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Patente Municipal	11
Licencia Única de Actividades Económicas	15
Bomberos	250
Permiso Funcionamiento	153
Certificado Ambiental	62
Subtotal	491
Imprevistos 2%	9,82
TOTAL	500,82

Tabla Autor: Jeaneth Correa

Fuente: Investigación

5.3. Capital de Trabajo:

Capital de trabajo se considera aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar, y cubrir necesidades de insumos, materia prima, mano de obra. Estos deben estar disponibles a corto plazo para suplir las necesidades de la empresa a tiempo.

Tabla N° 27: Capital De Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Materia Prima	31.348,80	376.185,60
Mano de Obra Directa	6.956,27	83.475,19
Mano de obra Indirecta	6.956,27	83.475,19
Gastos Administrativos	3.815,67	45.788,08
Seguros	414,23	4.970,72
Publicidad	17	204,00
Costos Indirectos de Fabricación	431,00	5.172,00
TOTAL	49.939,23	599.270,78

Tabla Autor: Jeaneth Correa

Fuente: Investigación

5.3.1. Materia Prima:

A continuación se enlista el costo de la materia prima esencial para la elaboración de los productos.

Tabla Nº 28: Materia Prima

MATERIA PRIMA					
DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	PRECIO DE VENTA	DE UTILIDAD POR PAX	UNIDADES PRODUCIDAS DIARIAMENTE	COSTO DE UNIDADES PRODUCIDAS DIARIAMENTE
Mini Vol Au Vent de Pollo	0,19	0,63	0,44	240	45,6
Mini Empanadas de verde con queso	0,21	0,59	0,38	240	50,4
Mini Empanadas de verde con carne	0,23	0,66	0,43	240	55,2
Mini empanada de morocho con ají	0,36	0,89	0,53	240	86,4

Alitas BBQ	0,76	1,89	1,13	240	182,4
Mini Quiche Lorraine	0,17	0,55	0,38	240	40,8
Croquetas de manzana y jamón	0,3	0,87	0,57	240	72
Mini Pizzas	0,25	0,72	0,47	240	60
Mini Hamburguesas	0,44	1,11	0,67	240	105,6
Orejitas de Chocolate	0,27	0,78	0,51	240	64,8
Mini Pie de Manzana	0,18	0,52	0,34	240	43,2
Empanadas de Hojaldre y Piña	0,14	0,48	0,34	240	33,6
Mini Bracito Gitano	0,34	0,96	0,62	240	81,6
Mini Brownies	0,1	0,32	0,22	240	24
Pinchos de Frutas	0,24	0,8	0,56	240	57,6
Mini Donuts	0,4	1,13	0,73	240	96
Mini Pristiños	0,19	0,62	0,43	240	45,6

Mendiants	0,25	0,84	0,59	240	60
Mini Pizzas de Dulce	0,28	0,81	0,53	240	67,2
Mini Operetas	0,78	2,23	1,45	240	187,2
Mini pie de limón	0,14	0,48	0,34	240	33,6
					0
TOTAL	6,22	17,88	11,66	5040	1492,8
TOTAL DIARIO					1492,8
TOTAL MENSUAL					31.348,80
TOTAL ANUAL					376.185,60

Tabla Autor: Jeaneth Correa –

Fuente: Mega-maxi y Santa María

5.3.2. Mano de Obra Directa:

La mano de obra directa hace referencia a la intervención del ser humano en la transformación de materia prima y el costo que este representa para la empresa. El cálculo de trabajadores se ha hecho en base a la proyección de producción de bocaditos, y tiempo de trabajo requerido.

Tabla N° 29: Mano de Obra Directa

ROL DE PAGOS										
CARGO	#	SUELDO BASE	APORTACIONES IESS -20.50%		FONDO DE RESERVA	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	VACACIONES	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
			APORTE PATRONAL -11.15%	APORTE PERSONAL (9.35%)						
Chef	1	500,00	55,75	46,75	41,65	500,00	350,00	29,17	1467,57	17610,80
Ayudante de Cocina	1	350,00	39,03	32,73	29,16	350,00	245,00	20,42	1027,30	12327,56
Ayudante de Cocina	1	350,00	39,03	32,73	29,16	350,00	245,00	20,42	1027,30	12327,56
Ayudante de Cocina	1	350,00	39,03	32,73	29,16	350,00	245,00	20,42	1027,30	12327,56
Varios servicios	1	340,00	37,91	31,79	28,32	340,00	238,00	19,83	997,95	11975,34
Varios servicios	1	340,00	37,91	31,79	28,32	340,00	238,00	19,83	997,95	11975,34
TOTAL									6.545,35	78.544,17

Tabla Autor: Jeaneth Correa

Fuente: Investigación

5.3.3. Mano de Obra Indirecta:

La mano de obra indirecta representa el costo de la fuerza laboral que no tiene contacto directo con la elaboración del producto, su trabajo es vender y atender al cliente. El cálculo de trabajadores se ha hecho en base a los dos turnos que trabajará la empresa.

Tabla N° 30: Mano de Obra Indirecta

ROL DE PAGOS										
CARGO	#	SUELDO BASE	APORTACIONES IESS -20.50%		FONDO DE RESERVA	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	VACACIONES	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
			APORTE PATRONAL -11.15%	APORTE PERSONAL (9.35%)						
Ejecutiva de Ventas	1	500,00	55,75	46,75	41,65	500,00	350,00	29,17	1467,57	17610,80
Ejecutiva de Ventas	1	500,00	55,75	46,75	41,65	500,00	350,00	29,17	1467,57	17610,80
Chofer	1	350,00	39,03	32,73	29,16	350,00	245,00	20,42	1027,30	12327,56
Ayudante de Chofer	1	340,00	37,91	31,79	28,32	340,00	238,00	19,83	997,95	11975,34
Ayudante de Chofer	1	340,00	37,91	31,79	28,32	340,00	238,00	19,83	997,95	11975,34
Recepcionista	1	340,00	37,91	31,79	28,32	340,00	238,00	19,83	997,95	11975,34
TOTAL									6.956,27	83.475,19

Tabla Autor: Jeaneth Correa

Fuente: Investigación

5.3.4. Gastos Administrativos:

Comprende los gastos realizados a ciertas funciones de servicios que forman parte de la organización y a las cuales se les asignan cantidades específicas, para limitar la extensión de sus actividades (Peguero, 2011).

Tabla N° 31: Gastos Administrativos

ROL DE PAGOS										
CARGO	#	SUELDO BASE	APORTACIONES IESS -20.50%		FONDO DE RESERVA	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	VACACIONES	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
			APORTE PATRONAL -11.15%	APORTE PERSONAL (9.35%)						
Administrador	1	700,00	78,05	65,45	58,31	700,00	490,00	40,83	2054,59	24655,12
Contador	1	600,00	66,90	56,10	49,98	600,00	420,00	35,00	1761,08	21132,96
TOTAL									3.815,67	45.788,08

Tabla Autor: Jeaneth Correa

Fuente: Investigación

5.3.5. Seguros:

Son un contrato por el cual una de las partes (el asegurador) se obliga, mediante una prima que le abona la otra parte (el asegurado), a cumplir la prestación convenida si ocurre el evento previsto, como puede ser un accidente o un incendio, entre otras (Peguero, 2011). El siguiente cuadro representa los seguros, en un mínimo porcentaje y valores obtenidos del costo total del mueble asegurado.

Tabla N° 32: Seguros

SEGUROS				
DESCRIPCIÓN	VALOR	%	VALOR TOTAL MENSUAL	VALOR TOTAL ANUAL
Edificaciones	102.030,00	3,00	255,08	3.060,90
Equipos de computación	2.856,00	3,00	7,14	85,68
Equipo de Oficina	204,00	2,00	0,51	6,12
Muebles y Enseres	4.502,28	3,00	11,26	135,07
Vehículo	19.000,00	9,00	47,50	570,00
Maquinaria y Equipo	37.098,33	5,00	92,75	1.112,95
TOTAL			414,23	4.970,72

Tabla Autor: Jeaneth Correa

Fuente: Investigación

5.3.6. Publicidad:

La publicidad es transmitir un producto o servicio por medios masivos de información con el objeto de persuadir al comprador (O'Guinn & Allen, 2008).

Tabla N° 33: Publicidad

PUBLICIDAD		
DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL MENSUAL	VALOR TOTAL ANUAL
Publicidad en Revista	650	650
Diseño de Pagina web	500	500
Mantenimiento de Pagina web	35	420
TOTAL	1.185	1.570

Tabla Autor: Jeaneth Correa

Fuente: Investigación

5.3.7. Costo Indirectos de Fabricación

En el costo indirecto de Fabricación se detalla todos los servicios básicos que se deben pagar y que pueden influir en el proceso de elaboración del pan.

Tabla Nº 34: Costos Indirectos de Fabricación

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN					
DESCRIPCIÓN	UNIDAD	TARIFA BASICA	CANTIDAD REQUERIDA	VALOR MENSUAL	VALOR TOTAL ANUAL
Agua	m3	1,05	80,00	84,00	1.008,00
Internet	Paquete	25,00	1,00	25,00	300,00
Energía Eléctrica	Kwh	0,13	2.000,00	260,00	3.120,00
Teléfono	Tiempo	6,20	10,00	62,00	744,00
TOTAL				431,00	5172,00

Tabla Autor: Jeaneth Correa

Fuente: Investigación

5.3.8. Depreciaciones:

La depreciación es la pérdida de valor que experimenta un activo como consecuencia de su uso, del paso del tiempo o por el adelanto de la tecnológica (Eco - Finanzas).

Tabla Nº 35: Depreciaciones

DEPRECIACIONES						
DESCRIPCIÓN	INVERSIÓN	VALOR RESIDUAL	COSTO DEL BIEN	VIDA ÚTIL	% DEPRECIACIONES	VALOR TOTAL ANUAL
Edificaciones	102.030,00	80.000,00	22.030,00	20	5%	1.101,50
Equipos de computación	2.856,00	1.000,00	1.856,00	3	33%	612,48
Equipo de Oficina	204,00	80,00	124,00	10	10%	12,40
Muebles y Enseres	4.502,28	1.000,00	3.502,28	10	10%	350,23
Vehículo	19.000,00	10.000,00	9.000,00	5	20%	450,00
Maquinaria y Equipo	37.098,33	5.000,00	32.098,33	10	10%	3.209,83
TOTAL		97.080,00				5.736,44

Tabla Autor: Jeaneth Correa

Fuente: Investigación

5.3.9. Balance General Inicial

El balance inicial es aquel balance que se hace al momento de iniciar una empresa o un negocio, en el cual se registran los activos, pasivos y patrimonio con que se constituye e inician operaciones (Gerencia, 2010).

Tabla N° 36: Balance General

BALANCE GENERAL			
ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVO CORRIENTE	64.070,21	PASIVOS CORRIENTES	
Caja – Bancos	64.070,21	-	
ACTIVOS FIJOS	233.694,97	PASIVOS A LARGO PLAZO	
Terreno	68.004,36		
Edificaciones	102.030		
Vehículo	19.000		
Muebles y Enseres	4.502,28		
Maquinaria y Equipo	37.098,33		
Equipo de Oficina	204		
Equipos de Computación	2856		
ACTIVOS INTANGIBLES	2.234,82	PATRIMONIO	300.000,00
Gastos de constitución legal	2.234,82	Capital Social	300.000,00
TOTAL ACTIVOS	300.000,00	TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO	300.000,00

Tabla Autor: Jeaneth Correa

Fuente: Investigación

5.3.10. Costos y Gastos:

El costo es la erogación en que se incurre para fabricar un producto. El gasto es la erogación en que se incurre para administrar, comercializar, vender los productos, y para operar la empresa. Se considerará un aumento anual del costo de 2% de inflación mínima, según la tabla del Banco Central.

Tabla N° 37: Costos Y gastos

COSTOS Y GASTOS					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS FIJOS					
Gastos Administrativos	45.788,08	46.703,84	47.637,92	48.590,68	49.562,49
Seguros	4.970,72	5.020,43	5.070,63	5.121,34	5.172,55
Publicidad	204	208,08	212,24	216,49	220,82
Gasto de depreciación	5.736,44	5.736,44	5.736,44	5.736,44	5.736,44
TOTAL COSTOS FIJOS	56.699,24	57.668,79	58.657,23	59.664,94	60.692,30
COSTOS VARIABLES					
Materia Prima	376.185,60	383.709,31	391.383,50	399.211,17	407.195,39
Mano de Obra Directa	78.544,17	80.115,05	81.717,35	83.351,70	85.018,73
Mano de Obra Indirecta	83.475,19	85.144,70	86.847,59	88.584,54	90.356,23
Costos Indirectos de Fabricación	2.773,20	2.800,93	2.828,94	2.857,23	2.885,80
TOTAL COSTOS VARIABLES	540.978,16	551.769,99	562.777,38	574.004,64	585.456,16
TOTAL DE COSTOS	597.677,40	609.438,78	621.434,61	633.669,58	646.148,46

Tabla Autor: Jeaneth Correa

Fuente: Investigación

5.3.11. Proyección de ingresos:

Los ingresos de operación del primero año serán de \$ 1.052.352,00, y se considera un aumento anual de 5% el cual fue elegido considerando el crecimiento de la población anual, la inflación anual, y el crecimiento de ventas que se desea obtener.

Tabla Nº 38: Proyecto de Ingresos

PROYECCION DE VENTA					
DESCRIPCIÓN	PRECIO DE VENTA	UNIDADES PRODUCIDAS DIARIAMENTE	TOTAL INGRESOS DIARIOS	TOTAL INGRESOS MENSUALES	TOTAL INGRESOS ANUALES
Mini Bolovan de Pollo	0,63	240	151,2	3.175,20	38.102,40
Mini Empanadas de verde con queso	0,59	240	141,6	2.973,60	35.683,20
Mini Empanadas de verde con carne	0,66	240	158,4	3.326,40	39.916,80
Mini empanada de morocho con aji	0,89	240	213,6	4.485,60	53.827,20
Alitas BBQ	1,89	240	453,6	9.525,60	114.307,20
Mini Quiche Lorraine	0,55	240	132	2.772,00	33.264,00
Croquetas de manzana y jamon	0,87	240	208,8	4.384,80	52.617,60
Mini Pizzas	0,72	240	172,8	3.628,80	43.545,60
Mini Hamburguesas	1,11	240	266,4	5.594,40	67.132,80
Orejitas de Chocolate	0,78	240	187,2	3.931,20	47.174,40
Mini Pie de Manzana	0,52	240	124,8	2.620,80	31.449,60
Empanadas de Hojaldre y Piña	0,48	240	115,2	2.419,20	29.030,40
Mini Bracito Gitano	0,96	240	230,4	4.838,40	58.060,80
Mini Brownies	0,32	240	76,8	1.612,80	19.353,60
Pinchos de Frutas	0,8	240	192	4.032,00	48.384,00
Mini Donnuts	1,13	240	271,2	5.695,20	68.342,40
Mini Pristiños	0,62	240	148,8	3.124,80	37.497,60
Mendiantes	0,84	240	201,6	4.233,60	50.803,20
Mini Pizzas de Dulce	0,81	240	194,4	4.082,40	48.988,80
Mini Operetas	2,23	240	535,2	11.239,20	134.870,40
TOTAL	17,4	4800	4176	87.696,00	1.052.352,00

Tabla Autor: Jeaneth Correa

Fuente: Investigación

Tabla N° 39: Proyecto Anual de Ingresos

PROYECCIÓN ANUAL DE INGRESOS				
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1.052.352,00	1104969,6	1160218,08	1218228,984	1279140,433

Tabla Autor: Jeaneth Correa

Fuente: Investigación

5.3.12. Estado de Pérdidas y Ganancias:

El estado de resultado o estado de pérdidas y ganancias es un documento contable que muestra detalladamente y ordenadamente la utilidad o pérdida del ejercicio.

Tabla Autor: Jeaneth Correa

Fuente: Investigación

Tabla N° 40: Estado De Pérdidas y Ganancias

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS						
AÑOS		1	2	3	4	5
VENTAS		1.052.352,00	1.104.969,60	1.160.218,08	1.218.228,98	1.279.140,43
(-)	COSTO DE VENTAS	540.978,16	551.769,99	562.777,38	574.004,64	585.456,16
(=)	UTILIDAD BRUTA	511.373,84	553.199,61	597.440,70	644.224,34	693.684,27
(-)	GASTOS DE ADMINISTRATIVOS Y VENTAS	56.699,24	57.668,79	58.657,23	59.664,94	60.692,30
(=)	UTILIDAD EN OPERACIÓN	454.674,60	495.530,82	538.783,47	584.559,40	632.991,98
(=)	UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN LABORAL	454.674,60	495.530,82	538.783,47	584.559,40	632.991,98
(-)	15% DE PARTICIPACIÓN LABORAL	68.201,19	74.329,62	80.817,52	87.683,91	94.948,80
(=)	UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	386.473,41	421.201,20	457.965,95	496.875,49	538.043,18
(-)	23% IMPUESTO A LA RENTA	88.888,88	96.876,28	105.332,17	114.281,36	123.749,93
(=)	UTILIDAD NETA	297.584,53	324.324,92	352.633,78	382.594,13	414.293,25

5.3.13. Punto de Equilibrio:

El punto de equilibrio es una herramienta financiera que permite determinar el momento en el cual las ventas cubrirán exactamente los costos, expresándose en valores, o porcentaje.

Tabla N° 41: Punto de Equilibrio

PROYECCIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO						
AÑOS	COSTO VARIABLE	COSTO FIJO	COSTO TOTAL	VENTAS	UTILIDAD NETA	PUNTO DE EQUILIBRIO
1	540.978,16	56.699,24	597.677,40	1.052.352,00	454.674,60	131.858,69
2	551.769,99	57.668,79	609.438,78	1.104.969,60	495.530,82	148.029,99
3	562.777,38	58.657,23	621.434,61	1.160.218,08	538.783,47	144.832,67
4	574.004,64	59.664,94	633.669,58	1.218.228,98	584.559,40	150.859,52
5	585.456,16	60.692,30	646.148,46	1.279.140,43	632.991,98	157.233,93

Tabla Autor: Jeaneth Correa

Fuente: Investigación

5.4. Evaluación Financiera:

5.4.1. Flujo de Caja:

Los flujos de caja son las variaciones de entradas y salidas de caja o efectivo, en un período dado para una empresa y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa.

Tabla N° 42: Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA							
AÑOS		0	1	2	3	4	5
(+)	UTILIDAD NETA		454.674,60	495.530,82	538.783,47	584.559,40	632.991,98
(+)	DEPRECIACIÓN		5.736,44	5.736,44	5.736,44	5.736,44	5.736,44
(+)	AMORTIZACIÓN						
(+)	VALOR RESIDUAL						97.080,00
(+)	CAPITAL DE TRABAJO						599.270,78
(-)	INVERSIÓN INICIAL	300.000,00	300.000,00	300.000,00	300.000,00	300.000,00	300.000,00
FLUJO DE CAJA		-300.000,00	160.411,04	201.267,26	244.519,91	290.295,84	1.035.079,20

Tabla Autor: Jeaneth Correa

Fuente: Investigación

5.4.2. TIR Y VAN

Tabla N° 43

TASA DE RENDIMIENTO	20%
VAN	\$ 559.100,47
TIR	74%

RECOMENDACIONES Y CONCLUSIONES

CONCLUSIONES:

- La demanda del mercado crece continuamente existiendo una competencia entre catering bien marcada, dando paso a los emprendedores que aspiran establecer negocios rentables, que a su vez pueden fomentar el desarrollo laboral, social y económico de muchos trabajadores y sus familias.
- Actualmente las empresas tienen preferencia por la buena atención, y sobre todo por la excelente calidad de producto, que les pueda ahorrar tiempo y dinero.
- Existen empresas que ofrecen estos productos más no con los beneficios de CorpGourmet.
- La rentabilidad del proyecto se conseguirá a través de un buen manejo de materia prima, personal calificado, estrategias de ventas precisas, manejo financiero correcto, todos los permisos y ordenanzas al día y sobre todo una excelente atención al cliente.
- La estructura de este proyecto puede ser aplicada en diferentes tipos de negocio que estén ligados con catering especializados.
- El proyecto de factibilidad desarrollado ha contribuido de manera muy significativa para identificar y resaltar los puntos que se deben considerar antes de llevar a cabo la implantación de un catering especializado en bocaditos.

RECOMENDACIONES:

- Antes de poner en marcha la apertura del lugar es indispensable que este cuente con todos los permisos correspondientes para el funcionamiento.
- Se debe realizar una renovación de los productos que no rotan cada 6 meses mínimo, para que el cliente no deje de consumir y comprar.
- Tener promociones mensuales en productos como locuras del chef, bocadito de la semana o del mes entre otros.
- Se recomienda dar un mantenimiento periódico de enceres y maquinaria de la empresa por higiene, y para que su vida útil sea perdurable.
- El personal es el punto clave de la empresa por ello su selección será muy importante.
- Las estrategias de marketing tienen que ser aplicadas para que el incremento de ventas sea constante para el negocio.

ANEXOS

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS



PRODUCTOS DE CORPGOURMET

Receta Nº 1: Mini Volován de Pollo

Nombre:	Mini Vol au vent de Pollo					
Género:	Bocadito de Sal					
Número de Pax:	24					
Ingrediente	Unidad	Cantidad Total	Precio	Mise en Place	Cantidad Requerida	Costo Cant. Requerida
Masa de hojaldre	Gramos	410	\$ 2.87	Realizar 3 dobleces simples	200	\$ 1.40
Pechuga de pollo	Gramos	1000	\$ 9.16	Cocer y deshilar	150	\$ 1.37
Pimiento verde	Gramos	1000	\$ 0.97	Brunoise fino	50	\$ 0.05
Pimiento rojo	Gramos	1000	\$ 2.46	Brunoise fino	50	\$ 0.12
Mayonesa	Gramos	400	\$ 2.29		45	\$ 0.26
Piña en almíbar	Gramos	339	\$ 3.84	Brunoise fino	100	\$ 1.13
Procedimiento					Costo Neto	\$ 4.34
1. Estirar la masa hasta que tenga un grosor de medio centímetro, cortar y emparejar los bordes. 2. Realizar los formatos deseados a la masa con cortantes y					5% varios	\$ 0.22
					Costo Total	\$ 4.55

<p>pintar con huevo para que se peguen.</p> <p>4. Cocinar en horno a 210°C durante 15-20 minutos para que lamine, bajar la temperatura del horno para que termine la cocción, reservar.</p> <p>5. Mezclar el pollo con los pimientos, la piña y la mayonesa, sazonar y rellenar los volovanes, Servir.</p>	Costo por Pax	\$ 0.19
	Precio de Venta Sugerido	\$ 0.63
	Costo de Venta	30%

Elaborado: Autor Jeaneth Correa E.

PRODUCTOS DE CORPGOURMET

Receta Nº 2: Mini Empanada de Verde con Queso

Nombre:	Mini Empanada de Verde con Queso					
Género:	Bocadito de Sal					
Número de Pax:	24					
Ingrediente	Unidad	Cantidad Total	Precio	Mise en Place	Cantidad Requerida	Costo Cant. Requerida
Verdes	Gramos	1000	\$ 0.52	Pelar	1000	\$ 0.52
Manteca	Gramos	500	\$ 2.00		15	\$ 0.06
Queso fresco salado	Gramos	480	\$ 3.01	Desmenuzar	250	\$ 1.57
Aceite	Mililitros	740	\$ 1.88		1000	\$ 2.54
Procedimiento					Costo Neto	\$ 4.69
1. Cocer los plátanos, escurrir, aún calientes uno por uno majar con un bolillo, añadiendo manteca y sal, amasar, rectificar.					5% varios	\$ 0.23
2. Extender plástico con aceite y poner porciones de masa, estirar formar un disco y rellenar con queso y cerrar, siempre cubierta por el plástico.					Costo Total	\$ 4.92
3. Freír en abundante aceite hasta dorar y que quede					Costo por Pax	\$ 0.21

crocante. 4. Sacar y escurrir el exceso de aceite.	Precio de Venta Sugerido	\$ 0.59
	Costo de Venta	35%

Elaborado: Autor Jeaneth Correa E.

PRODUCTOS DE CORPGOURMET

Receta Nº 3: Mini Empanada de Verde con Carne

Nombre:	Mini Empanada de Verde con Carne					
Género:	Bocadito de Sal					
Número de Pax:	24					
Ingrediente	Unidad	Cantidad Total	Precio	Mise en Place	Cantidad Requerida	Costo Cant. Requerida
Verde	Gramos	1000	\$ 0.52		1000	\$ 0.52
Carne molida	Gramos	1000	\$ 7.00		250	\$ 1.75
Cebolla paitaña	Gramos	1000	\$ 1.99	Brunoise fino	60	\$ 0.12
Ajo	Gramos	1000	\$ 3.53	Repicar	10	\$ 0.04
Arveja	Gramos	1000	\$ 3.11	Cocer	100	\$ 0.31
Aceite	Mililitros	740	\$ 1.88		1000	\$ 2.54
Procedimiento					Costo Neto	\$ 5.28
1. Rehogar cebolla con ajo hasta cristalizar, agregar carne y arveja, dejar cocinar, rectificar. 2. Cocer los plátanos, escurrir, aún calientes uno por uno majar con un bolillo, añadiendo manteca y sal, amasar, rectificar. 3. Extender plástico con aceite y poner porciones de masa, estirar formar un disco y rellenar, cerrar, siempre cubierta por el plástico.					5% varios	\$ 0.26
					Costo Total	\$ 5.54
					Costo por Pax	\$ 0.23

3. Freír en abundante aceite hasta dorar y que quede crocante. 4. Sacar y escurrir el exceso de aceite.	Precio de Venta Sugerido	\$ 0.66
	Costo de Venta	35%

Elaborado: Autor Jeaneth Correa E.

Receta N° 4: Mini Empanada de Morocho con Ají

Nombre:	Mini Empanada de Morocho con Ají					
Género:	Bocado de Sal					
Número de Pax:	24					
Ingrediente	Unidad	Cantidad Total	Precio	Mise en Place	Cantidad Requerida	Costo Cant. Requerida
Empanadas						
Morocho	Gramos	700	\$ 2.07	Remojar 5 días	700	\$ 2.07
Carne molida	Gramos	1000	\$ 7.00		250	\$ 1.75
Cebolla paitaña	Gramos	1000	\$ 1.99	Brunoise fino	60	\$ 0.12
Ajo	Gramos	1000	\$ 3.53	Repicar	10	\$ 0.04
Arveja	Gramos	1000	\$ 3.11	Cocer	100	\$ 0.31
Aceite	Mililitros	740	\$ 1.88		1000	\$ 2.54
Ají						
Ají fresco	Gramos	200	\$ 0.41	Sacar semilla	30	\$ 0.06
Tomate de árbol	Gramos	1000	\$ 1.81		200	\$ 0.36

Cilantro	Atado	100	\$ 0.77	Repicar	15	\$ 0.12	
Cebolla blanca	Gramos	1000	\$ 1.89	Repicar	80	\$ 0.15	
Tomate riñón	Gramos	1000	\$ 2.18	Concassé	160	\$ 0.35	
Cebolla paitaña	Gramos	1000	\$ 1.99	Juliana fina, encurtir	120	\$ 0.24	
Limón	Gramos	1000	\$ 1.44	Zumo	30	\$ 0.04	
Procedimiento						Costo Neto	\$ 8.15
<p>Para las empanadas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Rehogar cebolla con ajo hasta cristalizar, agregar carne y arveja, dejar cocinar, rectificar. 2. Enjuagar y cocinar el morocho hasta que esté suave, escurrir, moler y formar una masa. 3. Porcionar la masa y extender con cuidado, rellenar, cerrarla, y dejar enfriar. 4. Freír en aceite caliente, sacar cuando estén cocidas y secar con papel. <p>Para el ají:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Cocer el tomate de árbol junto con el ají, pelar y licuar. 2. Tamizar el licuado e incorporar con las cebollas, el tomate, cilantro, rectificar con sal y limón. 						5% varios	\$ 0.41
						Costo Total	\$ 8.55
						Costo por Pax	\$ 0.36
						Precio de Venta Sugerido	\$ 0.89
						Costo de Venta	40%

Elaborado: Autor Jeaneth Correa E.

Receta N° 5: Alitas BBQ

Nombre:	Alitas BBQ					
Género:	Bocadito de Sal					
Número de Pax:	24					
Ingrediente	Unidad	Cantidad Total	Precio	Mise en Place	Cantidad Requerida	Costo Cant. Requerida
Alitas						
Alita (parte intermedia)	Gramos	1000	\$ 5.51	Deshuesar	1500	\$ 8.27
Harina	Gramos	500	\$ 0.93		20	\$ 0.04
Huevo	Unidad	12	\$ 1.73	Batir y Salpimentar	3	\$ 0.43
Pan molido	Gramos	500	\$ 1.00		20	\$ 0.04
Aceite	Mililitros	740	\$ 1.88		740	\$ 1.88
BBQ						
Tocino ahumado	Gramos	1000	\$ 12.05	Brunoise	100	\$ 1.21
Pasta de tomate	Gramos	245	\$ 1.40		500	\$ 2.86
Pimiento rojo	Gramos	1000	\$ 2.46	Corte batalla	50	\$ 0.12

Cebolla perla	Gramos	1000	\$ 1.89	Corte batalla	50	\$ 0.09
Ajo	Gramos	1000	\$ 3.53	Corte batalla	25	\$ 0.09
Zanahoria	Gramos	800	\$ 0.99	Corte batalla	50	\$ 0.06
Piña	Gramos	1000	\$ 0.79	Corte batalla	300	\$ 0.24
Canela en rama	Gramos	50	\$ 1.61		5	\$ 0.16
Apio	Gramos	1000	\$ 1.88	Corte batalla	50	\$ 0.09
Miel	C.C.	450	\$ 4.87		100	\$ 1.08
Ají	Gramos	200	\$ 0.41	Corte batalla	12	\$ 0.02
Pimienta dulce	Gramos	100	\$ 2.09		10	\$ 0.21
Pimienta en grano	Gramos	50	\$ 0.84		10	\$ 0.17
Sal	Gramos	2000	\$ 0.59		22	\$ 0.01
Aceite	Mililitros	740	\$ 1.88		50	\$ 0.13
Panela	Gramos	1000	\$ 1.97		50	\$ 0.10
Procedimiento					Costo Neto	\$ 17.29
Para las Alitas: 1. Cubrir la parte superior de las alitas con papel aluminio. 2. Pasar por harina, huevo y pan molido. 3. Freír en aceite caliente y terminar cocción en el horno.					5% varios	\$ 0.86
Para la Salsa:					Costo Total	\$ 18.16

<p>1. En una olla cocinar todos los ingredientes, agregar un poco de agua para que se disuelva la salsa de tomate, está lista cuando la panela se ha disuelto.</p> <p>2. Procesar, tamizar y volver a cocinar en la olla.</p>	Costo por Pax	\$ 0.76
	Precio de Venta Sugerido	\$ 1.89
	Costo de Venta	40%

Elaborado: Autor Jeaneth Correa E.

PRODUCTOS DE CORPGOURMET

Receta N° 6: Mini Quiche Lorraine

Nombre:	Mini Quiche Lorraine					
Género:	Bocadito de Sal					
Número de Pax:	24					
Ingrediente	Unidad	Cantidad Total	Precio	Mise en Place	Cantidad Requerida	Costo Cant. Requerida
Masa Quebrada de Sal						
Harina de trigo	Gramos	500	\$ 0.93		200	\$ 0.37
Sal	Gramos	2000	\$ 0.59		5	\$ 0.00
Mantequilla	Gramos	200	\$ 0.69	Cortar en cubos y enfriar	100	\$ 0.35
Huevo	Unidad	12	\$ 1.73		1	\$ 0.14
Agua	Mililitros	30	\$ -		30	\$ -
Relleno						
Crema	Gramos	500	\$ 1.76		150	\$ 0.53
Huevo	Unidad	12	\$ 1.73		2	\$ 0.29
Tocino ahumado	Gramos	1000	\$ 12.05	Lardons	100	\$ 1.21

Queso gruyere	Gramos	1000	\$ 11.07	Rallar	50	\$ 0.55
Sal	Gramos	2000	\$ 0.59		5	\$ 0.00
Pimienta	Gramos	50	\$ 1.45		3	\$ 0.09
Nuez moscada	Gramos	33	\$ 2.74		3	\$ 0.25
Procedimiento					Costo Neto	\$ 3.78
Masa quebrada salada:					5% varios	\$ 0.19
1. Realizar un sablage con la mantequilla, la sal y la harina hasta que se integren. Una vez esté la masa arenosa, pasar por las manos ligeramente para eliminar grumos.					Costo Total	\$ 3.96
2. Integrar el huevo y el agua, formar una masa y frasearla.						
3. Envolver con papel film y mandar al refrigerador.						
4. Una vez fría estirar con un bolillo y forrar un molde con la masa, dejar descansar en el frío.						
5. Pinchar, y blanquear en el horno por 10-15 minutos a 180° según el tamaño.						
Relleno:					Costo por Pax	\$ 0.17
1. Mezclar la crema y los huevos, batir, tapar con film y reservar en el frío.					Precio de Venta Sugerido	\$ 0.55
2. Saltear el tocino. Añadir el tocino, el queso, la pimienta, la sal y la nuez moscada.						
3. Verter el relleno en la masa blanqueada y terminar la cocción en el horno a 180°C aproximadamente por 10-15 minutos hasta que se dore.					Costo de Venta	30%

Elaborado: Autor Jeaneth Correa E.

PRODUCTOS DE CORPGOURMET

Receta Nº 7: Croquetas de Manzana y Jamón

Nombre:	Croquetas de Manzana y Jamón					
Género:	Bocadito de Sal					
Número de Pax:	24					
Ingrediente	Unidad	Cantidad Total	Precio	Mise en Place	Cantidad Requerida	Costo Cant. Requerida
Compota de Manzana						
Manzanas	Gramos	1000	\$ 4.27	Pelar, cortar en cubos	400	\$ 1.71
Agua	Mililitros	100	\$ -		100	\$ -
Azúcar	Gramos	2000	\$ 1.85		30	\$ 0.03
Croquetas						
Papas	Gramos	3000	\$ 3.20	Cocer, hacer puré	780	\$ 0.83
Pan rallado	Gramos	500	\$ 1.00		100	\$ 0.20
Leche	Mililitros	1000	\$ 0.79		100	\$ 0.08
Jamón	Gramos	1000	\$ 8.58	Brunoise	150	\$ 1.29
Huevos	Unidad	12	\$ 1.73		2	\$ 0.29

Aceite	Mililitros	740	\$ 1.88		1000	\$ 2.54
Procedimiento					Costo Neto	\$ 6.96
Para la Compota: 1. En una cacerola colocar manzanas agua y azúcar, cocer hasta que esté suave.					5% varios	\$ 0.35
Para la Croqueta: 1. Mezclar el puré con la compota. 2. Agregar huevos, leche, pan, jamón y formar una masa, rectificar. 3. Formar deditos y dejar en congelación durante dos horas. 4. Cocinar en abundante aceite caliente, servir calientes.					Costo Total	\$ 7.31
					Costo por Pax	\$ 0.30
					Precio de Venta Sugerido	\$ 0.87
					Costo de Venta	35%

Elaborado: Autor Jeaneth Correa E.

PRODUCTOS DE CORPGOURMET

Receta Nº 8: Mini Pizza

Nombre:	Mini Pizzas					
Género:	Bocadito de Sal					
Número de Pax:	24					
Ingrediente	Unidad	Cantidad Total	Precio	Mise en Place	Cantidad Requerida	Costo Cant. Requerida
Masa						
Harina de trigo	Gramos	500	\$ 0.93		350	\$ 0.65
Levadura	Gramos	500	\$ 2.25		30	\$ 0.14
Agua	Mililitros	30	\$ -	Entibiar	200	
Aceite de Oliva	Gramos	500	\$ 2.77		60	\$ 0.33
Sal	Gramos	2000	\$ 0.59		3	\$ 0.00
Azúcar	Gramos	2000	\$ 1.85		2	\$ 0.00
Topping						
Pasta de tomate	Gramos	245	\$ 1.40		300	\$ 1.71
Queso mozzarella	Gramos	500	\$ 3.95	Rallar	200	\$ 1.58

Jamón	Gramos	1000	\$ 8.58	Bruoisse	100	\$ 0.86
Champiñones	Gramos	220	\$ 1.86	Lavar y laminar	50	\$ 0.42
Albahaca	Gramos	70	\$ 0.59	Chifonade	10	\$ 0.08
Procedimiento					Costo Neto	\$ 5.78
Para la Masa: 1. Diluir la levadura con el agua. 2. Colocar los ingredientes en un Kitchen Aid, menos la sal y amasar, colocar la sal después de tres minutos. 3. Leudar durante 20 a 30 minutos. 4. Porcionar y dar formato de círculos pequeños. Para el Topping: 1. Una vez dado formato a la masa, colocar un poco de la salsa encima. 2. Disponer el resto de ingredientes encima. 3. Leudar nuevamente de 20 a 30 minutos. 4. Cocer en horno a 200°C durante 15 a 20 minutos hasta que la masa este crujiente.					5% varios	\$ 0.29
					Costo Total	\$ 6.07
					Costo por Pax	\$ 0.25
					Precio de Venta Sugerido	\$ 0.72
					Costo de Venta	35%

Elaborado: Autor Jeaneth Correa E.

Receta Nº 9: Mini Hamburguesas

Nombre:	Mini Hamburguesas					
Género:	Bocadito de Sal					
Número de Pax:	24					
Ingrediente	Unidad	Cantidad Total	Precio	Mise en Place	Cantidad Requerida	Costo Cant. Requerida
Panecillos	Unidad	12	\$ 0.77	Cortar a la mitad	24	\$ 1.54
Carne Molida	Gramos	1000	\$ 7.00	Retificar y formar bolas de 30gr	750	\$ 5.25
Queso Holandés	Gramos	1000	\$ 10.89	Cortar en cuadrados	100	\$ 1.09
Tocino	Gramos	1000	\$ 12.05	Lardons	100	\$ 1.21
Tomate Cherry	Gramos	330	\$ 1.01	Cortar a la mitad	200	\$ 0.61
Rúcula	Gramos	100	\$ 1.41	Chifonade	20	\$ 0.28
Cebolla Perla	Gramos	1000	\$ 1.89	Juliana Fina	100	\$ 0.19
Caja de palillos	Unidad	500	\$ 1.06		1	\$ 0.00

Procedimiento	Costo Neto	\$ 10.17
1. Saltear la cebolla hasta que esté transparente. 2. Saltear aparte el tocino hasta que esté crocante. 3. Colocar las bolitas de carne molida en una parrilla caliente, colocar el queso al final de la cocción para que se derrita un poco. 4. Disponer rúcula sobre la base del pan, luego tomate, sobre estos, colocar la hamburguesa, el tocino, la cebolla, tapar con la otra mitad del pan y pinchar con un palillo. Servir.	5% varios	\$ 0.51
	Costo Total	\$ 10.68
	Costo por Pax	\$ 0.44
	Precio de Venta Sugerido	\$ 1.11
	Costo de Venta	40%

Elaborado: Autor Jeaneth Correa E.

Receta N° 10: Orejitas con Chocolate

Nombre:	Orejitas con Chocolate					
Género:	Bocadito de Dulce					
Número de Pax:	24					
Ingrediente	Unidad	Cantidad Total	Precio	Mise en Place	Cantidad Requerida	Costo Cant. Requerida
Masa de Hojaldre	Gramos	410	\$ 2.87	Realizar tres dobleces simples	410	\$ 2.87
Chocolate Nestlé	Gramos	100	\$ 1.27	Rallar	200	\$ 2.54
Crema de Leche	Mililitros	500	\$ 1.76		200	\$ 0.70
Huevo	Unidad	12	\$ 1.73	Batir con un poco de sal y azucar	1	\$ 0.14
Procedimiento					Costo Neto	\$ 6.26
<ol style="list-style-type: none"> 1. Estirar la masa y cortar en tiras delgadas. 2. Enrollar las tiras desde cada uno de los extremos. 3. Dispones las orejas sobre una lata engrasada o sobre un silpat. 4. Pintar con huevo y cocer en horno a 210°C durante 15-20 minutos hasta que laminen, dejar enfriar. 5. Dar un hervor a la crema de leche y colocar el chocolate, mezclar. 					5% varios	\$ 0.31
					Costo Total	\$ 6.57
					Costo por Pax	\$ 0.27

6. Cubrir la mitad de las orejitas con el ganache y dejar enfriar, servir.	Precio de Venta Sugerido	\$ 0.78
	Costo de Venta	35%

Elaborado: Autor Jeaneth Correa E.

Receta N° 11: Mini Pie de Manzana

Nombre:	Mini Pie de Manzana					
Género:	Bocadito de Dulce					
Número de Pax:	24					
Ingrediente	Unidad	Cantidad Total	Precio	Mise en Place	Cantidad Requerida	Costo Cant. Requerida
Para la Masa						
Harina	Gramos	500	\$ 0.93		180	\$ 0.33
Mantequilla	Gramos	200	\$ 0.69	Cortar y enfriar	70	\$ 0.24
Azúcar	Gramos	2000	\$ 1.85		60	\$ 0.06
Yemas	Unidad	12	\$ 1.73		1	\$ 0.14
Huevo	Unidad	12	\$ 1.73	Batir	½	\$ 0.07
Para la Compota						
Manzana verde	Unidad	1000	\$ 3.64	Pelar y cortar en cubos	700	\$ 2.55
Mantequilla	Gramos	200	\$ 0.69		50	\$ 0.17
Azúcar	Gramos	2000	\$ 1.85		40	\$ 0.04

Sal	Gramos	2000	\$ 0.59		3	\$ 0.00
Canela	Gramos	50	\$ 1.61		7	\$ 0.23
Ron oscuro	Mililitros	345	\$ 3.85		30	\$ 0.33
Procedimiento					Costo Neto	\$ 4.17
<p>Para la masa:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar un sablage con mantequilla y harina. 2. incorporar el resto de ingredientes y frasar, envolver en film y enfriar. 3. Una vez fría estirar con un bolillo y dar formato de tartaletas. 4. Pinchar y blanquear en el horno por 8-10 minutos a 180°. <p>Para la compota:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Derretir mantequilla y azúcar hasta caramelizar. 2. Agregar manzana y sal, dejar cocer hasta que suavice, agregar canela. 3. Desglasar con ron y enfriar. <p>Para el terminado:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Colocar compota de manzana dentro de las tartaletas y cubrir con tiras de masa. 2. Llevar al horno a 180°C hasta que dore aproximadamente por 10 minutos. 3. Retirar del horno, enfriar completamente antes de desmoldar, servir. 					5% varios	\$ 0.21
					Costo Total	\$ 4.37
					Costo por Pax	\$ 0.18
					Precio de Venta Sugerido	\$ 0.52
					Costo de Venta	35%

Elaborado: Autor Jeaneth Correa E.

Receta Nº 12: Empanadas de Hojaldre y Piña

Nombre:	Empanadas de Hojaldre y Piña					
Género:	Bocadito de Dulce					
Número de Pax:	24					
Ingrediente	Unidad	Cantidad Total	Precio	Mise en Place	Cantidad Requerida	Costo Cant. Requerida
Masa de Hojaldre	Gramos	410	\$ 2.87	Realizar tres dobleces simples	410	\$ 2.87
Piña	Gramos	1000	\$ 3.84	Cortar en cubos	0.79	\$ 0.00
Anís estrellado	Gramos	50	\$ 0.96		3	\$ 0.06
Jengibre	Gramos	25	\$ 1.65		3	\$ 0.20
Maicena	Gramos	200	\$ 0.80		10	\$ 0.04
Huevo	Unidad	12	\$ 1.73	Batir	1	\$ 0.14
Procedimiento					Costo Neto	\$ 3.31
1. En una cacerola llevara hervor la piña junto a las especias, agregar la maicena y cocinar durante 8 minutos, reservar y enfriar.					5% varios	\$ 0.17

<p>2. Extender la masa y cortar en cubos de 7cm por 7cm.</p> <p>3. Disponer sobre estos el relleno de piña, pintar los bordes con huevo y cerrar.</p> <p>4. Disponer en una lata engrasada o sobre un silpat las empanadas, pintar con huevo.</p> <p>5. Espolvorear con azúcar y llevar a horno precalentado a 180°C, hasta que estén doradas. Servir.</p>	Costo Total	\$ 3.48
	Costo por Pax	\$ 0.14
	Precio de Venta Sugerido	\$ 0.48
	Costo de Venta	30%

Elaborado: Autor Jeaneth Correa E.

Receta Nº 13: Mini Bracito Gitano

Nombre:	Mini Bracito Gitano					
Género:	Bocadito de Dulce					
Número de Pax:	24					
Ingrediente	Unidad	Cantidad Total	Precio	Mise en Place	Cantidad Requerida	Costo Cant. Requerida
Para la Masa						
Huevos	Unidad	12	\$ 1.73		12	\$ 1.73
Azúcar	Gramos	2000	\$ 1.85		120	\$ 0.11
Esencia de vainilla	Gramos	100	\$ 0.84		1	\$ 0.01
Miel	Gramos	450	\$ 4.87		60	\$ 0.65
Harina	Gramos	500	\$ 0.93		120	\$ 0.22
Relleno y Decoración						
Chocolate Nestlé	Gramos	100	\$ 1.27	Rallar	300	\$ 3.81
Crema de Leche	Mililitros	500	\$ 1.76		150	\$ 0.53
Azúcar Impalpable	Gramos	500	\$ 0.95		200	\$ 0.38

Nueces	Gramos	10000	\$ 22.40		100	\$ 0.22
Procedimiento					Costo Neto	\$ 7.66
Para la masa: 1. Batir huevos, azúcar, miel y vainilla en un Kitchen Aid hasta quintuplicar volumen. 2. Incorporar con movimientos envolventes el harina. 3. Enmantequillar un molde, disponer papel encerado sobre éste y espolvorear azúcar. 4. Disponer la masa sobre el molde, cocinar en el horno a 180°C por 20 a 25 minutos, debe quedar como una masa dorada y esponjosa. Para el relleno: 1. Dar un hervor a la crema de leche y colocar el chocolate, mezclar y enfriar. 2. Disponer una capa de ganache sobre el pionono, y enrollar. 3. Cortar los extremos, espolvorear azúcar impalpable en la parte superior. 4. Porcionar y colocar una nuez arriba, servir.					5% varios	\$ 0.38
					Costo Total	\$ 8.05
					Costo por Pax	\$ 0.34
					Precio de Venta Sugerido	\$ 0.96
					Costo de Venta	35%

Elaborado: Autor Jeaneth Correa E.

PRODUCTOS DE CORPGOURMET

Receta N° 14: Mini Brownies

Nombre:	Mini Brownies					
Género:	Bocadito de Dulce					
Número de Pax:	24					
Ingrediente	Unidad	Cantidad Total	Precio	Mise en Place	Cantidad Requerida	Costo Cant. Requerida
Chocolate Nestlé	Gramos	100	\$ 1.27		450	\$ 5.72
Azúcar	Gramos	2000	\$ 1.85		425	\$ 0.39
Mantequilla	Gramos	200	\$ 0.69	Derretir con chocolate a baño maría	213	\$ 0.73
Harina	Gramos	500	\$ 0.93	Mezclar con nueces, sal y polvo de hornear	375	\$ 0.70
Nueces	Gramos	10000	\$ 22.40	Picar	125	\$ 0.28
Polvo de hornear	Gramos	100	\$ 1.55		5	\$ 0.08
Esencia de vainilla	Gramos	100	\$ 0.84		0.5	\$ 0.00

Sal	Gramos	2000	\$ 0.59		2	\$ 0.00
Huevos	Unidad	12	\$ 1.73		4	\$ 0.58
Cobertura						
Chocolate Nestlé	Gramos	100	\$ 1.27	Picar	100	\$ 1.27
Crema de Leche	Mililitros	500	\$ 1.76		80	\$ 0.28
Procedimiento					Costo Neto	\$ 2.21
Para la masa de brownies: 1. Batir los huevos con el azúcar aromatizar con vainilla. 2. Incorporar el chocolate junto con la mantequilla. 3. Finalmente agregar harina con la sal y el polvo de hornear. 4. Colocar la masa en un molde cubierto con papel encerado engrasado y enharinado. 5. Hornear a 150°C por 40 min. 6. Enfriar y cortar en rectángulos.					5% varios	\$ 0.11
					Costo Total	\$ 2.32
					Costo por Pax	\$ 0.10
Para la cubierta: 1. Disolver a baño maría el cober choc con la crema de leche. 2. Poner en cartucho y rayar el chocolate sobre los Brownies.					Precio de Venta Sugerido	\$ 0.32
					Costo de Venta	30%

Elaborado: Autor Jeaneth Correa E.

Receta N° 15: Pinchos de Frutas

Nombre:	Pinchos de Frutas					
Género:	Bocadito de Dulce					
Número de Pax:	24					
Ingrediente	Unidad	Cantidad Total	Precio	Mise en Place	Cantidad Requerida	Costo Cant. Requerida
Frutillas	Gramos	1000	\$ 3.44	Lavar, cortar en la mitad	300	\$ 1.03
Kiwy	Gramos	1000	\$ 4.08	Lavar, pelar, cortar en rodajas pequeñas	400	\$ 1.63
Mango	Gramos	1000	\$ 1.48	Lavar, pelar, cortar en cuos	400	\$ 0.59
Piña	Unidad	1000	\$ 0.79	Lavar, pelar, cortar en rodajas pequeñas	500	\$ 0.40
Sandía	Gramos	1000	\$ 1.03	Lavar, pelar, cortar en	700	\$ 0.72

				rodajas pequeñas		
Yogurt	Mililitros	500	\$ 1.92		200	\$ 0.77
Palos de Pincho	Unidad	50	\$ 0.67		24	\$ 0.32
Procedimiento					Costo Neto	\$ 5.46
1. Colocar en un palo de pincho un trozo de diferente fruta, y terminar con una frutilla. 2. Servir con yogurt natural si se desea o sin él.					5% varios	\$ 0.27
					Costo Total	\$ 5.73
					Costo por Pax	\$ 0.24
					Precio de Venta Sugerido	\$ 0.80
					Costo de Venta	30%

Elaborado: Autor Jeaneth Correa E.

PRODUCTOS DE CORPGOURMET

Receta Nº 16: Mini Donuts

Nombre:	Mini Donuts					
Género:	Bocadito de Dulce					
Número de Pax:	24					
Ingrediente	Unidad	Cantidad Total	Precio	Mise en Place	Cantidad Requerida	Costo Cant. Requerida
Para la masa						
Harina blanca	Gramos	500	\$ 0.93		500	\$ 0.93
Azúcar	Gramos	2000	\$ 1.85		80	\$ 0.07
Mantequilla	Gramos	200	\$ 0.69		80	\$ 0.28
Sal	Gramos	2000	\$ 0.59		2	\$ 0.00
Leche	Gramos	1000	\$ 0.79		125	\$ 0.10
Huevos	Unidad	12	\$ 1.73		3	\$ 0.43
Levadura	Gramos	500	\$ 2.25		15	\$ 0.07
Aceite	Mililitros	740	\$ 1.88		1000	\$ 2.54
Decoración						

Chocolate para cobertura Nestlé	Gramos	100	\$ 1.27	Rallar	300	\$ 3.81
Crema de leche	Gramos	500	\$ 1.76		170	\$ 0.60
Glucosa	Gramos	600	\$ 2.00		35	\$ 0.12
Mantequilla	Gramos	200	\$ 0.69		35	\$ 0.12
Procedimiento					Costo Neto	\$ 9.07
<p>Para la masa:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mezclar y amasar la harina blanca, azúcar, mantequilla, levadura disuelta y los huevos por 3 minutos. 2. Agregar la sal y continuar amasando hasta que esté lista. 3. Dividir en porciones de 15 gramos, bolear, colocar en una lata previamente engrasada, cubrir los panes con mantequilla y tapar con film, leudar por 20 minutos. 4. Sacar de la cámara de leudar, hacer el punto, leudar por 10 minutos más. 5. Freír en aceite previamente precalentado (75° - 85°C). <p>Para el ganache:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Llevar a una olla la crema de leche, la glucosa y la mantequilla, llevar a ebullición y agregar el chocolate. 2. Decoramos las donuts con el ganache, agregamos nueces o almendras. 					5% varios	\$ 0.45
					Costo Total	\$ 9.52
					Costo por Pax	\$ 0.40
					Precio de Venta Sugerido	\$ 1.13
					Costo de Venta	35%

Elaborado: Autor Jeaneth Correa E.

PRODUCTOS DE CORPGOURMET

Receta N° 17: Mini Pristiños

Nombre:	Mini Pristiños					
Género:	Bocadito de Dulce					
Número de Pax:	24					
Ingrediente	Unidad	Cantidad Total	Precio	Mise en Place	Cantidad Requerida	Costo Cant. Requerida
Para la masa						
Harina de trigo	Gramos	500	\$ 0.93	Tamizar junto con los ingredientes secos	500	\$ 0.93
Polvo de hornear	Gramos	100	\$ 1.55		5	\$ 0.08
Mantequilla	Gramos	200	\$ 0.69		125	\$ 0.43
Huevos	Unidad	12	\$ 1.73		5	\$ 0.72
Azúcar	Gramos	2000	\$ 1.85		5	\$ 0.00
Sal	Gramos	2000	\$ 0.59		2	\$ 0.00
Agua	Mililitros	125	\$ -	Realizar infusión con	125	\$ -

				canela y anís		
Canela	Gramos	50	\$ 1.61		2	\$ 0.06
Anís	Gramos	50	\$ 0.96		2	\$ 0.04
Miel						
Agua	Mililitros	500	\$ -		500	\$ -
Panela	Gramos	1000	\$ 1.97		1000	\$ 1.97
Limón	Mililitros	1000	\$ 1.44	Zumo	5	\$ 0.01
Procedimiento					Costo Neto	\$ 4.24
Para la masa: 1. Amasar todos los ingredientes hasta que estén bien incorporados. 2. Tamizar la infusión, enfriar e incorporar de a poco a la masa hasta que esté suave. 3. Extender la masa con un bolillo, y cortar tiras de 7cm por 2cm, hacer flecos y juntar las puntas formando roscas. 4. Freír en abundante aceite caliente. Para la miel: 1. Hervir agua con panela hasta disolver. 2. Tamizar el líquido e incorporar zumo de limón, cocer de nuevo hasta que tome punto de miel, servir con pristiños.					5% varios	\$ 0.21
					Costo Total	\$ 4.46
					Costo por Pax	\$ 0.19
					Precio de Venta Sugerido	\$ 0.62
					Costo de Venta	30%

Elaborado: Autor Jeaneth Correa E.

Receta Nº 18: Mendiants

Nombre:	Mendiants					
Género:	Bocadito de Dulce					
Número de Pax:	24					
Ingrediente	Unidad	Cantidad Total	Precio	Mise en Place	Cantidad Requerida	Costo Cant. Requerida
Chocolate de repostería	Gramos	100	\$ 1.27	Rallar	300	\$ 3.81
Pistachos	Gramos	1000	\$ 20.00		50	\$ 1.00
Almendras	Gramos	1000	\$ 14.72		50	\$ 0.74
Pasas	Gramos	1000	\$ 4.16		50	\$ 0.21
Procedimiento					Costo Neto	\$ 5.75
1. Templar chocolate. 2. Colocar en manga descartable y hacer discos en acetato. 3. Colocar un fruto seco, de cada uno. Enfriar.					5% varios	\$ 0.29
					Costo Total	\$ 6.04
					Costo por Pax	\$ 0.25

	Precio de Venta Sugerido	\$ 0.84
	Costo de Venta	30%

Elaborado: Autor Jeaneth Correa E.

Receta Nº 19: Mini Pizzas de Dulce

Nombre:	Mini Pizzas de Dulce					
Género:	Bocadito de Dulce					
Número de Pax:	24					
Ingrediente	Unidad	Cantidad Total	Precio	Mise en Place	Cantidad Requerida	Costo Cant. Requerida
Para la masa						
Harina	Gramos	500	\$ 0.93		500	\$ 0.93
Sal	Gramos	2000	\$ 0.59		5	\$ 0.00
Azúcar	Gramos	2000	\$ 1.85		5	\$ 0.00
Agua	Mililitros	250	\$ -	Entibiar	250	\$ -
Levadura fresca	Gramos	500	\$ 2.25	Mezclar con el agua tibia	15	\$ 0.07
Aceite	Mililitros	740	\$ 1.88		50	\$ 0.13
Topping						
Mermelada de fresa	Gramos	454	\$ 2.52		300	\$ 1.67

Peras	Unidad	1000	\$ 1.25	Lavar, cortar en láminas	300	\$ 0.38
Queso Brie	Gramos	250	\$ 4.10	Cortar en láminas	50	\$ 0.82
Malvaviscos	Gramos	200	\$ 0.89	Cortar	50	\$ 0.22
Avellanas	Gramos	1000	\$ 22.69	Picar	100	\$ 2.27
Procedimiento					Costo Neto	\$ 6.48
Para la masa: 1. Amasar todos los ingredientes excepto la sal durante tres minutos. 2. Incorporar la sal y continuar amasando hasta que esté lista. 3. Leudar durante 20 a 30 minutos. 4. Porcionar y estirar, leudar nuevamente de 20 a 30 minutos. 5. Colocar en horno a 180°C durante 15 minutos. Para el topping: 1. Esparcir en la superficie de cada pizza mermelada de fresa, pera y queso brie. 2. Agregar malvaviscos y avellanas, hornear hasta que se derrita el queso en horno fuerte y servir.					5% varios	\$ 0.32
					Costo Total	\$ 6.81
					Costo por Pax	\$ 0.28
					Precio de Venta Sugerido	\$ 0.81
					Costo de Venta	35%

Elaborado: Autor Jeaneth Correa E.

PRODUCTOS DE CORPGOURMET

Receta N° 20: Mini Operetas

Nombre:	Mini Operetas					
Género:	Bocadito de Dulce					
Número de Pax:	24					
Ingrediente	Unidad	Cantidad Total	Precio	Mise en Place	Cantidad Requerida	Costo Cant. Requerida
Para la masa						
Huevos	Unidad	12	\$ 1.73		7	\$ 1.01
Azúcar	Gramos	2000	\$ 1.85		305	\$ 0.28
Claras	Unidad	12	\$ 1.73	Batir con 80gr de azúcar	6	\$ 0.87
Almendras	Gramos	1000	\$ 14.72	Pelar y moler	250	\$ 3.68
Harina	Gramos	500	\$ 0.93		165	\$ 0.31
Mantequilla sin sal	Gramos	200	\$ 0.69	Clarificar	125	\$ 0.43
Crema de mantequilla de moka						
Claras	Unidad	12	\$ 1.73		5	\$ 0.72

Azúcar	Gramos	2000	\$ 1.85	Realizar merengue suizo	100	\$ 0.09
Chocolate blanco	Gramos	500	\$ 4.03	Picar y derretir a baño maría	200	\$ 1.61
Mantequilla sin sal	Gramos	200	\$ 0.69	Cortar en cubos y pomada	500	\$ 1.73
Café instantáneo	Gramos	170	\$ 5.40	Diluir con licor	10	\$ 0.32
Licor de café	Mililitros	750	\$ 15.88		20	\$ 0.42
Jarabe de Café						
Azúcar	Gramos	2000	\$ 1.85		200	\$ 0.19
Agua	Mililitros	300	\$ -		300	\$ -
Licor de café	Mililitros	750	\$ 15.88		20	\$ 0.42
Ganache						
Chocolate nestlé	Gramos	100	\$ 1.27		400	\$ 5.08
Crema de leche	Mililitros	500	\$ 1.76		200	\$ 0.70
Procedimiento					Costo Neto	\$ 17.86
Para el bizcocho de almendras: 1. Batir los huevos con el azúcar hasta triplicar volumen. 2. Agregar las claras a punto de nieve con movimientos envolvente, incorporar en forma de lluvia las almendras con el harina , alternando con la mantequilla derretida. 3. Extender la masa del bizcocho sobre un silpad y hornear por 15 min a 200°C.					5% varios	\$ 0.89
					Costo Total	\$ 18.75
					Costo por Pax	\$ 0.78

<p>Para la crema de moka:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Hacer un merengue suizo con las claras y azúcar. 2. Agregar poco a poco y lentamente la mantequilla. 3. Incorporar el chocolate disuelto, enfriar y reservar. <p>Para el jarabe de café:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Hervir el agua con el azúcar. 2. Enfriar y colocar en la botella para jarabe. <p>Para el ganache de chocolate:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Disolver la cobertura de chocolate a baño maría 2. Calentar la crema de leche y colocar sobre la cobertura, no batir demasiado para no perder brillo en el ganache. <p>Para armar la torta</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Cortar el bizcocho en 4 rectángulos 2. Colocar una capa de bizcocho 3. Remojar con jarabe de café 4. Colocar una capa de crema de mantequilla, enfriar 5 minutos 5. Añadir una capa de ganache y enfriar 5 minutos más 6. Repetir el proceso con todas las capas 7. Terminar la última capa en ganache 	<p>Precio de Venta Sugerido</p>	<p>\$ 2.23</p>
	<p>Costo de Venta</p>	<p>35%</p>

Elaborado: Autor Jeaneth Correa E.

Receta Nº 21: Mini Pie de Limón

Nombre:	Mini Pie de Limón					
Género:	Bocadito de Dulce					
Número de Pax:	24					
Ingrediente	Unidad	Cantidad Total	Precio	Mise en Place	Cantidad Requerida	Costo Cant. Requerida
Para la masa						
Harina	Gramos	500	\$ 0.93		360	\$ 0.67
Mantequilla	Gramos	200	\$ 0.69	Cortar y enfriar	140	\$ 0.48
Azúcar	Gramos	2000	\$ 1.85		160	\$ 0.15
Yemas	Unidad	12	\$ 1.73		2	\$ 0.29
Huevo	Unidad	12	\$ 1.73	Batir	1	\$ 0.14
Crema de Limón						
Azúcar	Gramos	2000	\$ 1.85		100	\$ 0.09
Mantequilla sin sal	Gramos	200	\$ 0.69	Pomar	110	\$ 0.38

Yemas de huevo	Unidad	12	\$ 1.73		2	\$ 0.29
Huevos	Unidad	12	\$ 1.73		2	\$ 0.29
Limón	Mililitros	1000	\$ 1.44	Zumo	75	\$ 0.11
Merengue						
Azúcar	Gramos	2000	\$ 1.85	Batir hasta punto flexible	140	\$ 0.13
Clara de huevo	Unidad	12	\$ 1.73		2	\$ 0.29
Agua	Mililitros	50	\$ -		50	\$ -
Procedimiento					Costo Neto	\$ 3.31
Para la masa: 1. Realizar un sablage con la mantequilla y la harina hasta que se integren. 2. Una vez esté la masa arenosa, pasar por las manos ligeramente para eliminar grumos. 3. Integrar el huevo, las yemas y el azúcar, formar una masa y frasearla. 4. Envolver con papel film y mandar al refrigerador. 5. Una vez fría estirar con un bolillo, dar formato, forrar moldes pequeños con la masa, dejar descansar en el frío. 6. Pinchar y cocción en el horno a 190°C por 15 minutos.					5% varios	\$ 0.17
					Costo Total	\$ 3.47
					Costo por Pax	\$ 0.14
					Precio de Venta Sugerido	\$ 0.48
Para la crema de cítricos: 1. En un bowl agregar la mantequilla y el azúcar, cremar en baño maría. 2. Agregar el zumo, los huevos y las yemas. Batir hasta que espese. Debe subir a una temperatura de 65°C. 3. Una vez lista la crema cubrir con film en contacto y reservar en frío.					Costo de Venta	
Para el merengue italiano: 1. Realizar un almíbar a 117°C con el azúcar y el agua.						30%

2. Una vez lista listo el almíbar, incorporar a chorro fino junto con las claras y batir hasta que enfrie.

Armado:

1. Disponer sobre las tartaletas la crema de cítricos, llevar a frío, manguear con el merengue italiano y flamear para darle un toque decorativo.

Elaborado: Autor Jeaneth Correa E.

BIBLIOGRAFÍA

A.M.A. (s.f.). *Marca*. American Marketing Association.

www.definicionabc.com: <http://www.definicionabc.com/general/catering.php>

Belch, B. &. (2005). *publicidad y promocion*. mexico: MC GrawHill.

Belch, G., & Belch, M. A. (2005). *Publicidad y Promoción*. México: McGraw-Hill.

Chong, J. L. (2000). *Promocion de Ventas*. mexico: persona Educacional.

Chong, J. L. (2000). *Promoción de Ventas*. México : Person Educación .

Córdoba Padilla, M. (2011). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Bogotá: Ecoe.

De la Garza, M. (2004). *Promoción de Ventas, Estrategias mercadológicas de corto Plazo*. México: Continental.

IEES. (1992). ley de seguridad social, libro primero del seguro general obligatorio, título I. En IEES.

INTERNAS, S. R. (1992). www.sri.gob.ec. Obtenido de sri: <http://www.sri.gob.ec/web/10138/92>

Iturralde, F. (s.f.).

O'Guinn, T., & Allen, C. (2008). *Publicidad*. Estados Unidos: International Thomson Editores.

Pamela, V. (2010). *Marketing*. Quito.

Pinto, C. (2006). *La centralidad funcional de la zona metropolitana Tumbaco*. Quito.

QUITO., C. D. (2013). *Organización Empresarial*. Quito: Manual Práctico.

Rivadeneira, F. (2012). *Gratitud*. Riobamba: independiente.

Rivadeneira, F. (2012). Mis primeras 365 recetas en vivo. *Gratitud*.

Rochat, M. (2003). *Marketing y Gestión de la Restauración* . Barcelona: Gestión 2000 S.A .

WEBGRAFÍA

social, I. d. (2005). *Ley del Seguro Social*. Obtenido de www.iess.gov.ec:
www.iess.gov.ec.

wikipedia. (2011). *wikipedia*. Obtenido de
[http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Mapa_Parroquia_Yaruqui_\(quito\).svg](http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Mapa_Parroquia_Yaruqui_(quito).svg)

Quio, M. d. (2005). *www.quito.gov.ec*. Obtenido de www.quito.gov.ec:
www.quito.gov.ec

INTERNAS, S. R. (1992). *www.sri.gob.ec*. Obtenido de [sri](http://www.sri.gob.ec):
<http://www.sri.gob.ec/web/10138/92>

abc, d. (2012). *www.definicionabc.com*. Recuperado el abril de 2014, de
www.definicionabc.com:
<http://www.definicionabc.com/general/catering.php>

Peguro, R. (31 de Marzo de 2011). *Presupuesto de Gastos de Administración*. Recuperado el 23 de Noviembre de 2013, de
<http://prezi.com/woqrujbi19d/presupuesto-de-gastos-de-administracion/>

co - Finanzas. (s.f.). *Eco - Finanzas.com*. Recuperado el 23 de Agosto de 2013, de Eco - Finanzas.com: <http://www.eco-finanzas.com/diccionario/D/DEPRECIACION.htm>, http://www.eco-finanzas.com/diccionario/T/TASA_INTERNA_DE_RETORNO.htm

Gerencia. (12 de Junio de 2010). *Gerencia.com Colombia*. Recuperado el 24 de Agosto de 2013, de Gerencia.com Colombia:
<http://www.gerencie.com/balance-inicial.html>

Vergara, P. (26 de Enero de 2012). *Activos Intangibles*. Recuperado el 20 de Noviembre de 2013, de http://activosintangiblesforo.blogspot.com/2012/01/concepto-tradicional-de-activos_26.html

Eco - Finanzas. (s.f.). *Eco - Finanzas.com*. Recuperado el 23 de Agosto de 2013, de Eco - Finanzas.com: <http://www.eco-finanzas.com/diccionario/D/DEPRECIACION.htm>, http://www.eco-finanzas.com/diccionario/T/TASA_INTERNA_DE_RETORNO.htm

Gerencia. (12 de Junio de 2010). *Gerencia.com Colombia*. Recuperado el 24 de Agosto de 2013, de Gerencia.com Colombia: <http://www.gerencie.com/balance-inicial.html>

abc, d. (2012). *www.definicionabc.com*. Recuperado el abril de 2014, de www.definicionabc.com: <http://www.definicionabc.com/general/catering.php>