



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE SALUD PÚBLICA

CARRERA DE GASTRONOMÍA

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN
DE UNA PASTELERÍA Y REPOSTERÍA GOURMET, EN CANTÓN
SALCEDO, 2018.”**

TRABAJO DE TITULACIÓN:

TIPO: EMPRENDIMIENTOS

Previo a la obtención del título de:

LICENCIADA EN GESTIÓN GASTRONÓMICA

AUTORA: ESTEFANÍA THALÍA LESCANO BARREROS

TUTOR: ING. GIOVANNY LENIN HARO SOSA

Riobamba – Ecuador

2019

©2018, Estefanía Thalía Lescano Barreros

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE SALUD PÚBLICA

CARRERA DE GASTRONOMÍA

CERTIFICACIÓN

EL TRIBUNAL DEL TRABAJO DE TITULACIÓN CERTIFICA QUE:

El **Trabajo de Titulación:** modalidad Emprendimientos, titulado **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PASTELERÍA Y REPOSTERÍA GOURMET, EN CANTÓN SALCEDO, 2018.”** de responsabilidad de la señorita Estefanía Thalía Lescano Barreros, ha sido minuciosamente revisado por los miembros del Tribunal del trabajo de titulación, quedando autorizado su presentación.

Tribunal:

FIRMA

Ing. Giovanni Lenin Haro Sosa

DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Lic. Andrea Estefanía Fierro Ricaurte

MIEMBRO DE TRIBUNAL

Ing. Rafael Inty Salto Hidalgo

ANALISTA DE BIBLIOTECAS 1



Yo Estefanía Thalía Lescano Barreros con cédula de identidad 050441720-5 soy responsable de las ideas, doctrinas y resultados expuestos en este proyecto de titulación perteneciente a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Estefanía Thalía Lescano Barreros

AGRADECIMIENTO

Quiero dar gracias a Dios por darme su bendición en todo momento. A mis padres por ser mi motivación de lucha en cada una de las etapas y procesos de estudio, a mis maestros de la Escuela de Gastronomía por ser quienes que con su sabiduría y conocimiento motivaron a desarrollarme como profesional y a todos quienes formaron parte de la elaboración de esta tesis ya que con su aporte lograron así que se culmine con éxito una meta más en mi vida.

Estefanía Lescano

DEDICATORIA

Dedico mi trabajo a mis padres Janeth y Carlos por ser mi apoyo incondicional, a mi hijo Maikel Emiliano quien es mi inspiración para seguir adelante en cada uno de mis propósitos, a mis hermanos Juan, Edison y Amparo por estar junto a mí en todo momento y a toda mi familia por la confianza que con esfuerzo y dedicación logré culminar mis estudios universitarios.

Estefanía Lescano

RESUMEN

El presente trabajo de titulación propone desarrollar un estudio de factibilidad para la creación de una pastelería y repostería gourmet, en el Cantón Salcedo, provincia de Cotopaxi. En base a los objetivos del proyecto se realizó los siguientes estudios como: estudio de mercado, mediante el cual se aplicó las encuestas a población del Cantón Salcedo de manera aleatoria, obtenido un porcentaje alto de demanda insatisfecha; en el estudio técnico se determinó la localización comercial del establecimiento, el tamaño de local, así como la capacidad de producción diaria que será de 76 pax y cada una de las preparación dispondrá de su respectiva receta estándar; en el estudio ambiental, se utilizó estrategias con el fin de mitigar el posible impacto ambiental que podría ocasionar la implementación del local; en el estudio administrativo y legal, se determinó cada una de las áreas con sus respectivas funciones y a la vez se realizó un análisis de los distintos reglamentos y requisitos para implementar el establecimiento; dentro del estudio financiero consta los presupuesto y gastos necesarios para la ejecución del proyecto. Conforme a los indicadores financieros se obtuvo los siguientes resultados: un VAN positivo de 11.515,62, mientras que un TIR de 26%, la relación beneficio costo es de \$ 1,61 y el periodo de recuperación del total de la inversión es en 3 años, 1 mes y 17 días. Con los resultados obtenidos que concluye que el presente proyecto es totalmente viable para su creación. La importante de trabajo consiste en incentivar el consumo de postres y pasteles con decoraciones atractivas a la vista cliente y con a la vez utilizar frutas propias del Cantón para sus rellenos.

Palabras claves: <TECNOLOGÍAS Y CIENCIAS MÉDICAS>, <GASTRONOMÍA>, <CULTURA GASTRONÓMICA>, <EMPREDIMIENTO>, <PASTELERÍA Y REPOSTERÍA>, <FRUTAS ANDINAS>, <SALCEDO (CÁNTÓN)>.



SUMMARY

The current degree work proposes to develop a feasibility study for the creation of a gourmet baking and patisserie, in Salcedo canton, Cotopaxi province. The work consists of encouraging the consumption of desserts and cakes with attractive decorations to the client's sight and, at the same time, using fruits from the canton for their fillings. Based on the objectives of the project, the following analyses were carried out: market study, through which surveys were applied to the population of Salcedo canton using simple random sampling, a high percentage of unsatisfied demand was obtained; the technical study determined the commercial location of the establishment, the size of the premises, as well as the capacity of daily production that will be 76 pax and each one of the preparations will have its respective standard recipe; in the environmental study. Strategies were used in order to mitigate the possible environmental impact that could be caused by the implementation of the premises. In the administrative and legal study, each one of the areas with their respective functions was determined and at the same time, an analysis of the different regulations and requirements was carried out to implement the establishment. The financial study includes the budgets and expenses necessary for the execution of the project. According to the financial indicators, the following results were obtained: a positive NPV of 11,515.62, while an IRR of 26%, the cost-benefit ratio is of \$ 1.61 and the recovery period of the total investment is 3 years, 1 month and 17 days. With the results obtained it is concluded that the project is totally viable for its creation. It is recommended that citizens consume these types of products as they not only highlight their flavor but also their good presentation.

Keywords: <GASTRONOMY>, <GASTRONOMIC CULTURE>, <UNDERTAKING>, <PATISSERIE>, < BAKING >, <ANDEAN FRUITS>.



TABLA DE CONTENIDO

| | |
|--|-----|
| RESUMEN | vi |
| SUMMARY | vii |
| CAPÍTULO I | |
| 1. ASPECTOS GENERALES | 1 |
| 1.1. Tema | 1 |
| 1.2. Introducción | 1 |
| 1.3. Objetivos | 2 |
| <i>1.3.1. Objetivo general</i> | 2 |
| <i>1.3.2. Objetivos específicos</i> | 2 |
| CAPÍTULO II | |
| 2. BASES TEÓRICAS | 3 |
| 2.1. Marco teórico | 3 |
| 2.1.1. Repostería | 3 |
| <i>2.1.1.1. Historia de la repostería</i> | 3 |
| <i>2.1.1.2. Utilización de la miel</i> | 5 |
| <i>2.1.1.3. Definición de términos</i> | 6 |
| <i>2.1.1.4. Tipos de establecimientos</i> | 6 |
| 2.1.2. Gourmet | 8 |
| <i>2.1.2.1. Desde el ambiente gastronómico</i> | 8 |
| <i>2.1.2.2. Definición</i> | 8 |
| <i>2.1.2.3. Productos gourmet</i> | 9 |
| <i>2.1.2.4. Estilo moderno</i> | 10 |
| <i>2.1.2.5. Pastelería gourmet</i> | 10 |
| 2.1.3. Insumos de pastelería | 11 |
| <i>2.1.3.1. Harina</i> | 11 |
| <i>2.1.3.2. Agentes químicos leudantes</i> | 12 |
| <i>2.1.3.3. Azúcar</i> | 12 |
| <i>2.1.3.4. Grasas</i> | 13 |
| <i>2.1.3.5. Huevo</i> | 14 |
| <i>2.1.3.6. Leche</i> | 15 |
| 2.1.4. Productos de pastelería y repostería | 16 |
| <i>2.1.4.1. Merengues</i> | 16 |

| | | |
|---------------------|--|-----------|
| 2.1.4.2. | <i>Mermeladas</i> | 16 |
| 2.1.4.3. | <i>Jaleas</i> | 17 |
| 2.1.4.4. | <i>Gelatinas</i> | 17 |
| 2.1.4.5. | <i>Cremas de frutas</i> | 17 |
| 2.1.4.6. | <i>Coulis</i> | 17 |
| 2.1.4.7. | <i>Mouse</i> | 18 |
| 2.1.4.8. | <i>Chocolate</i> | 18 |
| 2.1.4.9. | <i>Fondant</i> | 19 |
| 2.1.5. | <i>Equipos y utensilios en pastelería</i> | 21 |
| 2.1.5.1. | <i>El equipo de pastelería</i> | 21 |
| 2.1.5.2. | <i>Utensilios de pastelería</i> | 23 |
| 2.1.6. | <i>Fases del proyecto</i> | 25 |
| 2.1.6.1. | <i>Estudio de factibilidad</i> | 25 |
| 2.1.6.2. | <i>Estudio de mercado</i> | 26 |
| 2.1.6.3. | <i>Estudio técnico</i> | 26 |
| 2.1.6.4. | <i>Estudio administrativo</i> | 26 |
| 2.1.6.5. | <i>Estudio legal</i> | 27 |
| 2.1.6.6. | <i>Estudio ambiental</i> | 27 |
| 2.2. | Marco conceptual | 28 |
| CAPITULO III | | |
| 3. | METODOLOGÍA | 29 |
| 3.1. | Tipo y diseño de la investigación | 29 |
| 3.1.1. | <i>Investigación no experimental</i> | 29 |
| 3.1.2. | <i>Investigación descriptiva</i> | 29 |
| 3.2. | Técnica de recolección de dato | 29 |
| 3.3. | Fuentes de investigación | 30 |
| 3.3.1. | <i>Fuentes primarias</i> | 30 |
| 3.3.1.1. | <i>Encuesta</i> | 30 |
| 3.3.2. | <i>Fuentes secundarias.</i> | 30 |
| 3.4. | Segmento de mercado | 30 |
| 3.5. | Universo | 31 |
| 3.6. | Muestra | 32 |
| 3.6.1. | <i>Muestreo probabilístico</i> | 32 |
| 3.7. | Tabulación y análisis de resultados | 33 |
| CAPITULO IV | | |
| 4. | DESARROLLO DE LA PROPUESTA | 46 |

| | | |
|---------------|--|-----------|
| 4.1. | Identificación de la idea | 47 |
| 4.1.1. | Lluvia de ideas | 47 |
| 4.1.1.1. | Selección y evolución de la idea. | 48 |
| 4.1.1.2. | Descripción de la idea seleccionada..... | 48 |
| 4.1.2. | Justificación | 49 |
| 4.1.3. | Nombre del emprendimiento | 49 |
| 4.1.4. | Descripción de emprendimiento | 49 |
| 4.1.4.1. | Misión | 50 |
| 4.1.4.2. | Visión | 50 |
| 4.1.4.3. | Políticas y estrategias | 50 |
| 4.1.4.4. | Valores y principios | 51 |
| 4.1.4.5. | Distintos y ventajas competitivos | 51 |
| 4.1.5. | Aplicación FODA | 52 |
| 4.2. | Estudio de mercado | 53 |
| 4.2.1. | Demanda | 54 |
| 4.2.3. | Demanda insatisfecha | 56 |
| 4.2.4. | Mix de mercado | 57 |
| 4.2.4.1. | Producto | 57 |
| 4.2.4.2. | Precio | 59 |
| 4.2.4.3. | Plaza o distribución | 59 |
| 4.2.4.4. | Promoción | 60 |
| 4.2.5. | Análisis del sector | 60 |
| 4.2.6. | Cargos y funciones del área comercial | 61 |
| 4.2.7. | Determinación de inversiones | 62 |
| 4.2.8. | Gastos del área comercial | 62 |
| 4.3. | Estudio técnico | 63 |
| 4.3.1. | Determinación de tamaño | 63 |
| 4.3.2. | Capacidad del emprendimiento | 64 |
| 4.3.3. | Localización | 65 |
| 4.3.4. | Proceso de producción | 65 |
| 4.3.4.1. | Diagrama de flujo | 67 |
| 4.3.4.2. | Receta estándar | 70 |
| 4.3.5. | Requerimiento humano | 71 |
| 4.3.6. | Diseño de la planta | 73 |
| 4.3.7.2. | Mano de obra directa..... | 76 |
| 4.3.7.3. | Costos indirectos de fabricación..... | 77 |

| | | |
|----------|--|----|
| 4.3.8. | <i>Determinación de activos fijos para producción</i> | 77 |
| 4.3.9. | <i>Programa pre-operativo</i> | 78 |
| 4.4. | Estudio administrativo, legal y ambiental | 78 |
| 4.4.1.2. | <i>Organigrama funcional</i> | 79 |
| 4.4.1.3. | <i>Proceso de selección y contratación de talento humano</i> | 80 |
| 4.4.1.4. | <i>Manual de funciones</i> | 81 |
| 4.4.2. | Marco legal | 81 |
| 4.4.3. | Permisos para el funcionamiento | 83 |
| 4.4.4. | Mitigar el impacto ambiental | 84 |
| 4.5. | Estudio financiero | 85 |
| 4.5.1. | Análisis de la inversión | 85 |
| 4.5.1.1. | <i>Fuentes y usos</i> | 86 |
| 4.5.2. | Presupuestos | 87 |
| 4.5.2.1. | <i>Presupuestos de costos de producción</i> | 87 |
| 4.5.2.2. | <i>Presupuesto de costos de administración</i> | 87 |
| 4.5.2.3. | <i>Presupuesto de gastos de ventas</i> | 88 |
| 4.5.2.4. | <i>Presupuestos de gastos financieros</i> | 88 |
| 4.5.3. | Estados de pérdidas y ganancias | 89 |
| 4.5.4. | Estado de situación inicial | 90 |
| 4.5.5. | Estado del flujo del efectivo | 91 |
| 4.5.6. | Evaluación financiera | 92 |
| 4.5.8. | Evaluación ambiental | 96 |
| | CONCLUSIONES | 97 |
| | RECOMENDACIONES | 98 |
| | BIBLIOGRAFIA | |
| | ANEXOS | |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|---|----|
| Tabla 1-3: Segmento de mercado | 31 |
| Tabla 2-3: Análisis de la pregunta..... | 33 |
| Tabla 3-3: Análisis de resultados pregunta 2..... | 34 |
| Tabla 4-3: Análisis de resultados pregunta..... | 35 |
| Tabla 5-3: Análisis de resultados pregunta 4..... | 36 |
| Tabla 6-3: Análisis de resultados pregunta 5..... | 37 |
| Tabla 7-3: Análisis de resultados pregunta 6..... | 38 |
| Tabla 8-3: Análisis de resultados pregunta 7..... | 39 |
| Tabla 9-3: Análisis de resultados pregunta 8..... | 40 |
| Tabla 10-3: Análisis de resultados pregunta 9..... | 41 |
| Tabla 11-3: Análisis de resultados pregunta 10..... | 43 |
| Tabla 12-3: Análisis de resultados pregunta 11..... | 44 |
| Tabla 13-3: Análisis de resultados pregunta 12..... | 45 |
| Tabla 1-4: Lluvia de ideas..... | 47 |
| Tabla 2-4: Selección y evaluación de la idea..... | 48 |
| Tabla 3-4: Valores de evaluación de la idea..... | 48 |
| Tabla 4-4: Nombre del emprendimiento | 49 |
| Tabla 5-4: Identificación de las políticas y estrategias | 50 |
| Tabla 6-4: Análisis FODA | 52 |
| Tabla 7-4: Fórmula del interés compuesto | 53 |
| Tabla 8-4: Crecimiento poblacional | 53 |
| Tabla 9-4: Demanda proyectada..... | 54 |
| Tabla 10-4: Oferta proyectada..... | 55 |
| Tabla 11-4: Demanda insatisfecha | 56 |
| Tabla 12-4: ficha profesiográfica de servicio | 61 |
| Tabla 13-4: Muebles y enseres del área comercial | 62 |
| Tabla 14-4: Costos del área comercial | 62 |
| Tabla 15-4: Determinación del tamaño de planta..... | 63 |
| Tabla 16-4: Capacidad del emprendimiento..... | 64 |
| Tabla 17-4: Receta estándar | 70 |
| Tabla 18-4: Ficha profesiográfica del área de producción..... | 71 |
| Tabla 19-4: Ficha profesiográfica de ayudante de cocina..... | 72 |
| Tabla 20-4: Consumo de servicios básicos..... | 74 |

| | |
|--|----|
| Tabla 21-4: Combustible..... | 74 |
| Tabla 22-4: Manteniendo | 75 |
| Tabla 23-4: Depreciación..... | 75 |
| Tabla 24-4: Materia prima | 76 |
| Tabla 25-4: Sueldo del área de producción | 76 |
| Tabla 26-4: Sueldo de ventas | 77 |
| Tabla 27-4: CIF..... | 77 |
| Tabla 28-4: Determinación de activos fijos..... | 77 |
| Tabla 29-4: Gastos de experimentación | 78 |
| Tabla 30-4: Gastos de constitución | 83 |
| Tabla 31-4: Inversiones del proyecto | 85 |
| Tabla 32-4: Fuentes y usos..... | 86 |
| Tabla 33-4: Costos de producción..... | 87 |
| Tabla 34-4: Gastos de administración | 87 |
| Tabla 35-4: Gastos de ventas | 88 |
| Tabla 36-4: Gastos financieros..... | 88 |
| Tabla 37-4: Estado de pérdidas y ganancias..... | 89 |
| Tabla 38-4: Estado de situación inicial | 90 |
| Tabla 39-4: Estado del flujo del efectivo..... | 91 |
| Tabla 40-4: Prueba ácida..... | 92 |
| Tabla 41-4: Flujo neto del efectivo | 92 |
| Tabla 42-4: Valor actual neto..... | 93 |
| Tabla 43-4: Tasa interna de retorno | 93 |
| Tabla 44-4: Periodo de recuperación..... | 94 |
| Tabla 45-4: Punto de equilibrio..... | 94 |
| Tabla 46-4: Tabla del punto de equilibrio | 95 |
| Tabla 47-4: Relación beneficio costo | 96 |
| Tabla 48-4: Evaluación social | 96 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|--|----|
| Figura 1-4: Logotipo de la empresa | 58 |
| Figura 2-4: Identificación corporativa..... | 59 |
| Figura 3-4: Localización | 65 |
| Figura 4-4: Diseño de planta..... | 73 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| | |
|---|----|
| Gráfico 1-3: Corresponde a la tabla pregunta 1 | 33 |
| Gráfico 2-3: corresponde a la tabla pregunta 2..... | 34 |
| Gráfico 3-4: Corresponde a la pregunta 3 | 35 |
| Gráfico 4-3: Corresponde a la tabla pregunta 4..... | 36 |
| Gráfico 5-3: Corresponde a la tabla pregunta 5..... | 37 |
| Gráfico 6-3: Corresponde a la tabla pregunta 6..... | 38 |
| Gráfico 7-3: Corresponde a la tabla pregunta 7..... | 39 |
| Gráfico 8-3: Corresponde a la tabla pregunta 8..... | 40 |
| Gráfico 9-3: Corresponde a la tabla pregunta 9..... | 41 |
| Gráfico 10-3: Corresponde a la tabla pregunta 10..... | 43 |
| Gráfico 11-3: Corresponde a la tabla pregunta 11 | 44 |
| Gráfico 12-3: Corresponde a la tabla pregunta 12..... | 45 |
| Gráfico 1-4: Crecimiento poblacional | 54 |
| Gráfico 2-4: Demanda proyectada | 55 |
| Gráfico 3-4: Oferta proyectada | 56 |
| Gráfico 4-4: Demanda insatisfecha | 57 |
| Gráfico 5-4: Diagrama de servicio | 67 |
| Gráfico 6-4: Diagrama de ventas..... | 68 |
| Gráfico 7-4: Diagrama de producción..... | 69 |
| Gráfico 8-4: Organigrama estructural | 78 |
| Gráfico 9-4: Organigrama funcional | 79 |
| Gráfico 10-4: Punto de equilibrio..... | 95 |

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo A: Encuesta

Anexo B: Receta estándar de cheese cake en salsa de uvilla

Anexo C: receta estándar de brazo gitano con relleno de mora

Anexo D: Receta estándar de mousse de maracuyá con salsa de tuna

Anexo E: Receta estándar de mousse de uvilla con salsa de fresa

Anexo F: Receta estándar de torta humedecida almíbar de tuna

Anexo G: Receta estándar de bizcocho de vainilla en crema de naranja

Anexo H: Receta estándar de alfajores rellenos con crema de chocolate negro

Anexo I: Receta estándar de tartaletas con jalea de tomate

Anexo J: Receta estándar de suspiros de taxo

Anexo K: Receta estándar de suspiros de uvilla

Anexo L: Receta estándar de semifrío de taxo

Anexo M: Receta estándar de semifrío de tuna

Anexo N: Receta estándar de esferas rellenas de cremoso de mora

Anexo O: Receta estándar de esferas rellanas de cremosos de maracuyá

Anexo P: Receta estándar de milkshake de taxo

Anexo Q: Receta estándar de milkshake de mora

Anexo R: Receta estándar de milkshake de oreo

Anexo S: Receta estándar de café

Anexo T: Receta estándar de mocca de chocolate

Anexo U: Carta

Anexo V: Manual de funciones

CAPÍTULO I

1. ASPECTOS GENERALES

1.1. Tema

Proyecto de factibilidad para la implementación de una pastelería y repostería gourmet, en cantón Salcedo, 2018.

1.2. Introducción

Actualmente la gastronomía muestra nuevas tendencias, debido a los cambios culturales encontramos nuevas recetas, ingredientes, así como costumbres relacionadas con la comida. Todo esto hace que se genere nuevos productos con el fin de despertar el interés por la gastronomía, permitiendo de esta forma crear y desarrollar nuevos procesos. Los establecimientos de pastelerías y reposterías de nuestro país poseen una producción muy competente, pero uno de los inconvenientes principales es que, los lugares que los comercializan, venden postres muy sencillos o con un tipo de presentación poco llamativa, es por esto, que los clientes buscan degustar a su paladar con algo distinto, innovador, que además sea de su agrado, pero en muchas ocasiones no encuentran lo que están buscando.

Los establecimientos de panaderías y pastelerías existentes en el Cantón Salcedo ofrecen al cliente productos tales como: galletas, donas, tortas, mousses, flanes etc. Pero este tipo de preparaciones ya son comúnmente conocidos; la mayor parte de las personas carecen de conocimiento acerca de las nuevas tendencias de decoración existentes en la actualidad, como las decoraciones a base de figuras de chocolate, fondant, glaseados de distintos colores, entre otras. Esto no solo impacta la parte visual, sino también el cliente sentirá una mayor atracción, por saborear de los exquisitos postres y de esta forma la ciudadanía tendrá una opción innovadora para disfrutar de un momento agradable junto a la familia, amigos, colegas, etc.

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Realizar el proyecto de factibilidad para la implementación de una pastelería y repostería gourmet, en cantón Salcedo, 2018.

1.3.2. Objetivos específicos

- Determinar el estudio de mercado para conocer el grado de aceptación por parte de la ciudadanía del Cantón Salcedo.
- Diseñar la carta de producción de postres en el estudio técnico, utilizado como materia primas frutas propias de la zona.
- Ejecutar los estudios: administrativos, legal, ambiental, financiero que permitan garantizar la factibilidad del proyecto.
- Determinar la viabilidad económica, financiera, social y ambiental.

CAPÍTULO II

2. BASES TEÓRICAS

2.1. Marco teórico

2.1.1. Repostería

2.1.1.1. Historia de la repostería

Ya en Egipto existían recetas simples de repostería. Aún no se conocía el azúcar, por lo que el sabor dulce se conseguía gracias a la miel de abeja. A principios de la era cristiana, hace 2000 años, no se diferenciaba el oficio de pastelero y el de panadero, sino que era la misma persona quien ejercía ese trabajo, y que usaba la miel en sus recetas, así lo demuestra la Biblia, donde se pueden encontrar numerosas citas referentes a ella. Ya en la Roma antigua se empezaron a emplear nuevas técnicas y medios para dulcificar, como el mulsum (un vino meloso) que mezclaban la harina con miel para elaborar pasteles. Numerosos autores mencionan postres como la tripartina, a base de huevos, leche, miel, o el globus, una especie de buñuelo (Buonarroti, 2012).

Sin embargo, en el lejano Oriente se conocía la caña de azúcar. En un principio, hace 8000 años, se utilizaba como elemento decorativo en las casas, aunque también se masticaba por su dulce sabor. Fue por eso que su cultivo se extendió por el Pacífico y llegó a la India, de donde antes se creía que procedía. Griegos y romanos conocían el azúcar cristalizado, hay que recordar que Alejandro Magno llegó hasta la India, por lo que también utilizaban este ingrediente para endulzar. Pero fue gracias a la llegada de los árabes que el consumo de azúcar se extendió por toda la cuenca mediterránea. Eran famosos los dulces árabes hechos a base de azúcar y frutos secos (Buonarroti, 2012).

Durante esta época, la Edad Media, empezaron a surgir en Francia los obloiers, un gremio que se dedicaba a hacer obleas, es decir, las hostias para las misas religiosas. Poco a poco, el pueblo tendrá acceso a estos dulces, que se regirán por el calendario, de igual forma que ahora comemos turrón en diciembre, torrijas en semana santa, etc. Es también gracias a las Cruzadas que nuevos ingredientes se incorporaron al recetario repostero. En 1440, una ordenanza utiliza por primera vez la palabra "pasteleros", un siglo más tarde, en 1556, bajo el reinado de Carlos IX de Francia, nace la corporación de pasteleros que establece el aprendizaje y acceso al grado de maestro pastelero (Buonarroti, 2012).

El descubrimiento del Nuevo Mundo hizo posible el intercambio de ingredientes, pues de la mano de Colón, Cortés, Pizarro... fue llevada a América la caña de azúcar y traído al Viejo Mundo el cacao, lo cual, a su vez, incrementó el cultivo de azúcar debido a la buena combinación de ambos. En España, antes de que los Reyes Católicos los expulsaran en 1492, los judíos acompañaban sus celebraciones con todo tipo de dulces, tales como los letuarios de membrillo que se elaboran para la fiesta del Yom Kipur, o los buñuelos y pasteles de pasas de Hanukah. Fue frecuente también en el siglo XVI el chocolate caliente como bebida (Buonarroti, 2012).

En el siglo XVII se descubre la levadura biológica, lo que permite que se desarrolle mucho más la pastelería y se diferencie aún más de la panadería, ya que surgen bollos nuevos, tales como los brioches y otros similares (Buonarroti, 2012).

El Siglo de Oro español nos deja también obras escritas donde encontramos una exhaustiva descripción de la pastelería de esa época en las altas esferas, como las elaboraciones que se llevaban a cabo en la Corte, que conocemos gracias a Francisco Martínez Montañón, autor de Arte de cocina, Pastelería y Conservería, de 1611 y cocinero de Felipe II, o la cocina de los Colegios Mayores de Salamanca, que describe Domingo Hernández de Maceras. En 1786, Juan de la Mata, repostero real, publica en Madrid Arte de Repostería, una obra que será clave hasta el siglo XIX en que se publiquen otras (Buonarroti, 2012).

En Francia, durante este siglo, el XVIII, se inicia el desarrollo del hojaldre, lo que inicia la pastelería moderna. También se desarrolla con fuerza la pastelería en Austria, que la reina María Antonieta llevará a Francia cuando se case con Luis XVI. Ya entonces se hacían pasteles creativos que podrían parecer obras de arte. Sin embargo, otros postres no surgen de la creatividad, sino de la necesidad, como, por ejemplo, la de conservar la leche. Se descubrió que calentándola con azúcar hasta que se concentrase, hacía que la leche durase mucho tiempo, pues los soldados la consumían durante las campañas militares, surge así la leche condensada. Lo mismo ocurre con las mermeladas y confituras, que no son más que frutas y azúcar sometidos a

cocción. Es, pues, el azúcar, un conservante natural. También tenemos el caso de postres que surgen debido al excedente de productos, como el turrón, nacido de la abundancia de almendras y miel (Buonarroti, 2012).

El siglo XIX supone un gran auge para el mundo de la repostería, pues empiezan a aparecer pastelerías y confiterías abiertas al público, como las que se abrieron en Madrid (un ejemplo es Lhardy). Se mejoran los equipos y maquinarias y surgen otras nuevas, como las primeras máquinas de hacer hielo, lo que permitió la producción en masa, gracias a su poder conservante. También se escriben obras y revistas especializadas, como *La confitería española*. Antoine de Carême, padre de la repostería moderna, escribe a principios del siglo XIX *El Pastelero Real*, con un gran repertorio de recetas y descripciones de herramientas, utensilios y productos especializados, por lo que la pastelería alcanzó una gran importancia. En 1930 la Marquesa de Parabere escribe *Confitería y Repostería*. Con el siglo XX llegan más avances tecnológicos que permiten la conservación, la fermentación, la congelación que no hacen sino aumentar la calidad de los productos (Buonarroti, 2012).

2.1.1.2. Utilización de la miel

La utilización de la miel, como alimento de consumo directo, y su mezcla con otros alimentos fue sin duda la forma inicial de apreciar el sabor dulce. Se sabe que mezclando la miel con harina y agua se hicieron unos pastelillos, que se destinaron al consumo de las clases más altas en Egipto y, aunque no bien identificados los componentes, también hay constancia de la mezcla de miel con semillas diversas, porque se han encontrado en algunas tumbas de faraones. También debieron utilizar los dulces los chinos y como hemos indicado antes los hindúes, unos mil años antes de Cristo, como describe Valmiki, en el Ramayana, en una fiesta en la que se sirvieron jarabes, dulces y trozos de caña de azúcar (Yubero, 2012, p. 5).

Algunos autores identifican al panadero con el pastelero, pero son bastantes más los que consideran que fueron dos oficios distintos, aunque es muy posible que cuando las masas harinosas endulzadas se empezaron a consumir, una vez cocidas pasasen por los hornos, que en aquellos momentos eran de uso alimentario exclusivo de los panaderos y así parece desprenderse de algunos pasajes de la Biblia, aunque todo hace suponer que para entonces ya se hubiesen consumido muy variados dulces, elaborados por la simple adición de miel primero y azúcar después a distintas semillas, a frutos secos, a mezclas crudas de harinas con agua, a zumos o a compotas de frutas y posiblemente también a otros alimentos, porque parece ser que no estaban tan diferenciados como ahora, los alimentos dulces y los salados (Yubero, 2012, p. 5).

2.1.1.3. Definición de términos

A. Repostería

Una Repostería puede ser una empresa independiente o un departamento de un establecimiento hostelero. Su función es la preparación de pastelería y bases para preparaciones dulces o saladas (Vértice, 2010, p. 25)

B. Pastelería

La pastelería también llamada obrador puede clasificarse en distintos tipos según sea su forma organizativa: la pastelería industrial, tradicional, las tiendas al detal, etc. El local donde se desarrolla la actividad debe cumplir una normativa muy estricta en cuanto a manipulación de alimentos en base a su construcción, mantenimiento, limpieza y el desarrollo del trabajo diario (Vértice, 2010, p. 25).

2.1.1.4. Tipos de establecimientos

A. Pastelería tradicional

La pastelería tradicional es el tipo de establecimiento más antiguo, se caracteriza por producir los alimentos de manera artesanal, con poca o ninguna ayuda de maquinaria especializada y donde cada producto o alimento se hace a mano. Gracias a la pastelería tradicional se siguen manteniendo costumbres fuertemente arraigadas en nuestra cultura. La mayoría de pastelerías tradicionales dispone de un pequeño punto de venta adjunto al obrador de producción donde se venden los productos elaborados. Entre las ventajas de la pastelería tradicional encontramos el detalle y la calidad del producto que se obtiene, ya que no solo se hace siguiendo recetas tradicionales con género de mayor calidad alimenticia, sino que además se hace siguiendo parámetros manuales con métodos clásicos de elaboración de dulces, pasteles y pastas en que cada alimento producido es único, estos productos son considerados generalmente más saludables que los industriales ya que no suelen llevar ningún tipo de conservante ni colorante químico en su elaboración (Mendez & Polo, 2017).

B. Pastelería industrial

El objetivo de la pastelería industrial es la producción, conservación y envasado de todo tipo de productos relacionados con el sector, gracias al uso intensivo de la fuerza de trabajo del personal empleado de maquinaria especializada y de cadenas de producción en serie. Las pastelerías industriales carecen de zona de venta, por lo que su objetivo es producir gran cantidad de elaboraciones dulces y conservarlas al mayor tiempo posible para su distribución

posterior y venta en grandes almacenes, tiendas o puntos de venta especializados. Es por ello que el uso de conservantes, mejorantes y aditivos sintéticos es usual en este tipo de fabricación, obteniendo como resultado productos menos saludables en comparación a la fabricación artesanal. Entre sus ventajas encontramos el bajo coste de elaboración de los productos resultantes, la gran cantidad de maquinaria y trabajadores que poseen las fábricas de pastelería hace que el tiempo coste de producción disminuye considerablemente, repercutiendo en el precio final del alimento, siendo los dulces o pasteles mucho más baratos que los artesanales (Mendez & Polo, 2017).

C. Pastelería actual

La pastelería ha evolucionado muchísimo porque las posibilidades de conseguir que las materias primas respondan muy bien a los deseos del pastelero son mucho mayores. Se puede jugar con la temperatura trabajando desde los 196° C., bajo cero a temperaturas tan elevadas como se quiera, se pueden controlar los tiempos perfectamente y hacer cambiar temperaturas preestablecidas. En grandes túneles, en líneas continuas, en envasadoras automáticas y con la seguridad de conservación prolongada del producto final. Se pueden hacer pasteles para diabéticos, para alactásicos, para celíacos, para niños, para jóvenes, para ancianos, para enfermos y para convalecientes, y además perfectamente seguros. En estas circunstancias es normal que hayan aparecido grandes pasteleros en todos los países y que grandes industrias hayan decidido participar en un negocio que siempre fue fundamentalmente artesanal (Yubero, 2012, p. 13).

Sigue habiendo artesanos, y muy buenos, en España concretamente, para no extendernos demasiado, vamos a citar a dos figuras extraordinarias, que son Oriol Balaguer y Paco Torreblanca, pero la presentación, textura, aromas, sabores, y colores de sus pasteles son muy distintos a los que se podían hacer veinticinco años atrás. También ha prosperado la pastelería industrial que ha tenido una transformación fenomenal, en comparación con la que considerábamos pastelería industrial cuando empezaron a elaborarse, hace unos pocos años, los primeros pasteles envasados, que aparecieron en los lineales de los grandes supermercados. Los límites entre la pastelería artesana y la industrial no están bien marcados. A veces nos sorprende que pasteles, muy conocidos, se vendan con los subtítulos de artesanos o de naturales y hasta puede ser que los argumentos esgrimidos, para justificar estas denominaciones sean ciertos. Con frecuencia recurrimos al concepto de calidad, para diferenciar lo nuevo de lo ancestral y lo curioso es que puede esgrimirse por los mantenedores de una u otra postura (Yubero, 2012, p. 13).

2.1.2. *Gourmet*

2.1.2.1. Desde el ambiente gastronómico

Implica que, desde la cosecha de los alimentos hasta la preparación, presentación y servicio, se cuente con alta calidad, donde el consumidor pueda sentir que todo a su alrededor está cuidadosamente escogido y diseñado para su satisfacción. Este tipo de establecimientos ofrece los productos "a la carta" o escogiendo de un "menú"; exclusivamente elaborado por el chef principal del lugar, quien requiere siempre en su cocina de los más exquisitos productos para dar gusto al paladar de los comensales. De acuerdo a la especialidad que establezca. Al ofrecer alta calidad en los productos y el servicio, el costo del producto puede ser relativamente costoso, pero quien apetece de calidad y buena mesa no repara en el precio de la comida (Robert Moreau, 2007).

El término gourmet se entiende por calidad, exclusividad, sofisticación, diseño y presentación. Se entiende por productos gourmet todo producto de alta calidad que demande una determinada dedicación para su producción, envasado o presentación y cuyo precio se encuentra por encima de la media.

Entre las principales características del consumidor tenemos:

- Consumidores en búsqueda de productos naturales y saludables
- Consumidores en búsqueda de productos con presentaciones sofisticadas y únicas

Cocina donde se usan productos de alta calidad y exóticos, la presentación de los productos es de forma sofisticada. Todos los procesos dentro del establecimiento están ligados a la excelencia y se busca satisfacer el gusto delicado del paladar exquisito de los comensales con la presentación elegante e innovación de los platos con los distintos productos gourmet (Robert Moreau, 2007).

Conforme lo define el crítico gastronómico Ignacio Medina, el concepto gourmet también guarda relación con la cocina de autor, resaltando la importancia de la figura del cocinero, en qué forma logra imprimirle un carácter y sello personalizado a los platos (Robert Moreau, 2007).

2.1.2.2. Definición

Gourmet es un vocablo francés traducido por la Real Academia Española (RAE) como gastrónomo, una persona entendida en gastronomía o aficionada a las comidas exquisitas. El término se utiliza como adjetivo para calificar a aquellas comidas de elaboración refinada. Lo gourmet, por lo tanto, está asociado a lo más excelso de la gastronomía. La calidad de los ingredientes y la forma de preparación (Caluguillín, 2011).

La gastrosofía es la disciplina que se dedica al estudio del apetito, los gozos y los sentimientos. Se supone que un gourmet no sólo disfrutará de la comida de mejor calidad, sino que también tendrá intereses artísticos y culturales vinculados al disfrute, Gourmet es una idea cultural asociada a las artes culinarias de buena comida y del buen beber. O sea, se refiere a aquellos placeres comestibles y bebestibles. Deriva del francés “Gourmand” que a su vez viene de “Gout” (gusto, sabor en francés). Las antiguas enciclopedias definen a Gourmand como: Amor refinado y sin control por la comida (Caluguillin, 2011, pp. 11-12).

Friedrich Christian Eugen Baron von Vaerst, conocido como Chevalier de Lelley, fue un militar y escritor señalado como el impulsor de la gastrosofía y, por lo tanto, precursor de lo gourmet. El gourmet también está vinculado al hedonismo, que es la doctrina filosófica que sostiene al placer como principal objetivo de la vida. Seleccionar los ingredientes adecuados y dedicar el tiempo necesario a cada preparación forma parte de la filosofía gourmet, que pretende que la comida sea un momento de disfrute (Caluguillin, 2011, pp. 11-12).

El término puede asociarse con el concepto de Delicatessen, el cual hacía referencia a los alimentos cuyas características era distintas o particulares, ya sea este por el proceso de la elaboración o por la utilización de los productos exóticos, en la actualidad el término gourmet hacen referencia a los productos de calidad, acompañada de presentación visualmente agradable, en épocas pasadas se los asociaba con precios altos y eran destinadas para la clase social alta. Sin embargo, el día de hoy son alimentos de mayor aceptabilidad, la misma que posee una gran oferta, los productos podría varias desde las preparaciones de las recetas que son altamente elaboradas con ingredientes exóticos, distintos, relevante en calidad, en la actualidad el tema Gourmet mueve el mundo, el mismo que se ha convertido un estilo de vida para muchos amantes del sabor y de la cocina artística. (Díaz, 2013, p. 35).

2.1.2.3. Productos gourmet

Los productos gourmet son preparaciones elaboradas con ingredientes seleccionados usando buenas prácticas de higiene manteniendo al máximo sus cualidades organolépticas, elaboradas por personas que dominan el preparado específico para finalmente ser consumido por alguien que aprecie la calidad y la buena comida (Caluguillin, 2011, pp. 11-12).

Por otra parte se puede decir que, los productos gourmet son precisamente productos de altos costos o exclusivos en el mercado, sino son aquellos productos que derivan de una majestuosa recolección o preparación, lo que prevalece son las técnicas y el tipo de procesos empleados para las elaboraciones (Gourmet, 2016).

2.1.2.4. Estilo moderno

Nace del trabajo innovador de los mejores chefs profesionales, pero no ha tardado en dejar huella en la cultura popular. Lo modernista reemplaza al estilo y la tradición de otras eras, por una nueva estética que se alimenta de las tecnologías y los conceptos modernos para crear experiencias nuevas (Rodríguez, 2016, p. 1).

La influencia modernista es global, traspasa los restaurantes y no deja de crecer. En la actualidad los jóvenes estudiantes llegan a las escuelas de cocina con el deseo de dejar huella, desarrollando su creatividad y expresando ideas a través de la gastronomía. El acceso a equipos de precisión y a ingredientes actuales posibilita que esta revolución esté al alcance de todo el público (Rodríguez, 2016, p. 1).

2.1.2.5. Pastelería gourmet

La pastelería o repostería han formado parte de la gastronomía durante varias décadas, pero de la misma forma siempre se ha mantenido en constante cambio y evolución, partiendo de la idea de que es término gourmet se define como producto de alta calidad y autenticidad; para la pastelería, la palabra gourmet es toda aquella preparación que sea dulce, y a la vez que conste de un proceso de elaboración sumamente delicado (Díaz, 2013, pp. 38-39).

El empleo de productos exclusivos y frescos acompañados de una presentación delicada y elaborada, ayuda a que los productos de pastelería logren clasificar dentro del término gourmet. En cuanto a las exigencias y tendencias del mercado al cual se encuentra enfocada el establecimiento, se logra establecer el desarrollo de los nuevos productos el cual involucre la producción de productos saludables con bajo contenido de azúcar, hoy por hoy la nueva tendencia de la repostería se encuentra girando en torno a una nutrición sana y saludable, los alimentos con bajo contenido de azúcar y productos orgánicos son los que están avanzando dentro del ámbito alimenticio (Díaz, 2013, p. 38).

Características del consumidor gourmet

- El consumidor siempre se encuentra en búsqueda de tendencias y vanguardias en cada preparación que pida.
- Siempre se encuentra dispuesto a pagar costos alto por las preparaciones, siempre y cuando estos sean realmente creativos y del gusto del comensal.
- De cierta forma se podía catalogar a este tipo de consumidor como narcisista, que siempre está en búsqueda de marcas, es decir productos exclusivos que sean capaz de brindarle total seguridad.

- Se trata de una persona exigente y complejo, por ello siempre está en búsqueda de excelencia en todo lo que consume.
- Se encuentra siempre abierto a nuevas propuestas, debido a que el mundo de la gastronomía siempre está en constante cambio (Díaz, 2013).

2.1.3. Insumos de pastelería

2.1.3.1. Harina

Es la que proporciona estructura y ayuda a unir a los demás ingredientes. La harina debe de ser suave, es decir que no se desarrolle tenacidad cuando se está mezclando. Es conveniente que esta harina tenga un porcentaje de proteínas entre 7 % y el 9% con un contenido de cenizas entre 0.34 y 0.38. Las harinas echas de este trigo son suaves al tacto, se compactan fácilmente al apretarlas con las manos, no corren, polvean fácilmente (EDUCACIÓN, 2002, p. 17).

Características:

Color:

- El color ideal para una harina es un blanco regular
- El trigo blando produce harinas más blancas; el color de la harina tendrá una gran influencia sobre el producto final (EDUCACIÓN, 2002, p. 17).

Fuerza:

- La fuerza de la harina pastelera se mide por la capacidad de retención de humedad.
- Tiene que gelatinizar con mayores volúmenes de agua para poder soportar, grasas y otros ingredientes (EDUCACIÓN, 2002, p. 17).

Sabor y Olor:

- El sabor de la harina puede ser percibido en el producto final.
- Las harinas de alta extracción tienen sabor a trigo. Un mal almacenamiento puede traer como consecuencia a la información de mohos con olores fuertes que pueden ser arrastrados hasta el producto final (EDUCACIÓN, 2002).

2.1.3.2. Agentes químicos leudantes

Son productos que contribuyen a airear las masas y aumentar su volumen y esponjosidad.

Se clasifican en tres categorías: químicos, físicos y biológicos.

A. Leudantes químicos

Son compuestos químicos que actúan en presencia de líquidos y de altas temperaturas. Algunos reaccionan por la sola hidratación (con agua, jugos de fruta o leche); en estos casos, las masas deben hornearse en cuanto se terminan de confeccionar. Otros en cambio, comienzan a desarrollar su poder leudante cuando entran en el horno, pues poseen componentes que se activan con el calor. Los más conocidos son el polvo de hornear y el bicarbonato de sodio (EDUCACIÓN, 2002, p. 18).

B. Polvo de hornear

También se conoce como polvo leudante/levadura química. Su composición química es variable. Para una mejor distribución se tamiza junto con la harina. La dosis promedio es del 3% del peso de harina, es decir que para 500 g de harina se utilizan 15 g de polvo leudante. Esta proporción puede variar ya que una masa para tarta lleva una dosis mínima y un budín cargado de frutas requiere mucho más (EDUCACIÓN, 2002, p. 18).

2.1.3.3. Azúcar

La pastelería se caracteriza por su sabor dulce, que proviene mayormente de los azúcares, glúcidos y edulcorantes. Estas sustancias conceden ternura y fineza a las masas, dan color a las cortezas, y actúan como agentes de cremado en los batidos donde intervienen grasas y huevos. Prolongan la duración de los productos horneados, ya que retienen la humedad. Son el alimento de la levadura (EDUCACIÓN, 2002, p. 19).

Si bien existen numerosos tipos de azúcares, el más empleado es la sacarosa o azúcar común, un disacárido cuya molécula está formada por glucosa y fructosa. La presencia de otros azúcares, como la lactosa (azúcar de la leche) y la fructosa (presente en la miel), es habitual en pastelería (EDUCACIÓN, 2002, p. 19).

Presentación de sacarosa

A. Azúcar común

Se extrae de la caña de azúcar o de la remolacha azucarera y se envasa una vez refinada y molida. Debe ser de color blanco, con los granos separados. En las recetas de las distintas preparaciones se la menciona simplemente como azúcar (EDUCACIÓN, 2002, p. 19).

B. Azúcar impalpable

También se conoce como azúcar glass, azúcar en polvo o azúcar flor. Es azúcar común reducida a polvo. Para evitar que se apelmace, muchas veces se le incorpora un antiaglutinante-por lo general, almidón o fécula-; sin embargo, lo ideal es comprar azúcar impalpable pura y pasarla por un tamiz en el momento de usarla. El azúcar común y el azúcar impalpable pueden reemplazarse entre ellas en la misma cantidad (EDUCACIÓN, 2002, p. 19).

C. Azúcar rubia

Este subproducto semirrefinado se llama así por su coloración dorada. En su sabor se detecta cierta nota ácida, el tamaño de los gránulos son similares a las anteriores. Puede emplearse como endulzante para distintas preparaciones dulces que se vayan a realizar en los establecimientos de repostería y pastelería (EDUCACIÓN, 2002, p. 19).

D. Azúcar negra

Se obtiene del jugo de caña con poco tratamiento. Es de color oscuro y textura húmeda, con un sabor plenamente salvaje y ácido. Resulta ideal para rellenos con frutas y para cubiertas. No se utiliza en merengues y se incluye en pocas masas básicas (EDUCACIÓN, 2002, p. 19).

2.1.3.4. Grasas

Según en el libro de (EDUCACIÓN, 2002) definen a las grasas de la siguiente forma “Son ingredientes sólidos o líquidos empleados en la mayoría de masas, pastas cremas, etc., de acuerdo a su fuente de origen se le clasifica: en grasas animales y grasas vegetales”.

a. Grasa animal

Se obtiene de las carnes, vísceras, huesos y secreciones de ciertos animales principalmente de cerdos y vacas

b. Grasa vegetal

Las grasas engloban los aceites y mantecas de estos. Las grasas vegetales se obtienen de plantas y semillas tales como: algodón, maní, soya, girasol, palma, maíz, oliva. Tanto las grasas animales, como vegetales o sus combinaciones las dividiremos en cuatro grupos (EDUCACIÓN, 2002, p. 20).

c. Aceite

Conforman la materia prima para la elaboración de la manteca y ciertos derivados grasos, al ambiente se mantienen en estado líquido y al ser sometido al proceso de hidrogenación se transforma en manteca (EDUCACIÓN, 2002).

d. Manteca

Son grasas que se mantienen solidas a temperatura ambiente, de color blanco, de sabor y aroma suave de consistencia firme y pastosa.

e. Mantequilla

Es el producto que se elabora a partir de leche, con o sin adición de sal. La mantequilla es muy usada en pastelería fina debido a su sabor y características especiales (EDUCACIÓN, 2002).

f. Margarina

Es una grasa comestible compuesta esencialmente de aceite vegetal, agua, colorante, sabor especial a leche (EDUCACIÓN, 2002).

2.1.3.5. Huevo

Los huevos son ingredientes importantes en la composición de casi todos los productos de pastelería. Poca importancia se les da; la forma más correcta de conservarlos, así como los problemas que acarrear la mala práctica de su manipulación y las enfermedades de las que son portadores, es de gran importancia para el pastelero (EDUCACIÓN, 2002, p. 20).

a. Influencia en la elaboración

En las masas fermentadas, el huevo da a la miga un color amarillo natural, que la vuelve más sedosa y delicada, aumenta la conservación del producto y le da un sabor característico. En las masas batidas ricas en huevo (magdalenas, bizcochos, cakes, etc.) la yema permite obtener una buena miga, permitiendo mayor emulsión al aumentar el volumen del batido, lo que repercutirá

en un mayor esponjamiento. También las partes ricas en huevo se conservan blandas durante más tiempo (EDUCACIÓN, 2002).

2.1.3.6. Leche

La leche mejora el valor nutritivo y el sabor de los productos de pastelería, pues todos los componentes de la leche tienen influencia en la masa y productos terminados se utiliza principalmente en la elaboración de masas de levadura (bizcochos), también para helados, cremas, etc. En los productos de pastelería mejora su gusto produciendo una corteza más dorada y crujiente. El producto fresco, se mantiene más tiempo (EDUCACIÓN, 2002, p. 21).

a. Crema de leche o nata

Es una sustancia, de consistencia grasa y tonalidad blanca o amarillenta, que se encuentra de forma emulsionada en la leche recién ordeñada o cruda. Está constituida principalmente por glóbulos de materia grasa que se encuentran flotando en la superficie de la leche cruda; por esto se dice que es una emulsión de grasa en agua. Esta capa se puede apreciar dejando cierta cantidad de leche cruda en un recipiente: se puede observar cómo una delgada capa toma forma en la superficie. No debe confundirse con la nata que se observa al llevar a hervor la leche, con la que no tiene nada que ver (EDUCACIÓN, 2002, p. 22).

b. Masa batidas

Son masas con significativa cantidad de aire que han sido incorporados por agitación continua de los huevos y el azúcar.

Preparación de masas batidas

Hacer un bizcochuelo y dejar enfriar en una rejilla. Una vez frío, cortar alrededor con cuidado para quitar la parte dorada y darle una forma redonda. Cubrir la parte inferior con mermelada de frutillas. Tapar con el otro disco, presionando suavemente, y repartir también mermelada por encima del mismo (EDUCACIÓN, 2002, p. 23).

Ofertas de repostería

Las ofertas que hoy día presenta el mercado en torno a la repostería, se basan tanto en el tipo de establecimiento como en las fórmulas y técnicas de mercado utilizadas. Las empresas destinadas al servicio de repostería se dividen principalmente en tradicionales e industriales, incluyendo

diferentes sistemas de comercialización que se adaptan a los elementos y variables (Sánchez, 2012).

2.1.4. Productos de pastelería y repostería

Es el grupo más numeroso y variado. En su elaboración no destaca un ingrediente sobre otro, sino que es la mezcla de todos lo que permite obtener diferentes elaboraciones, incluyendo como más representativas los hojaldres, bizcochos, pastas, etc. Sus ingredientes comunes de elaboración suelen ser las féculas y harinas, acompañadas de huevos, mantequillas y/o aceites, azúcares, etc. En cuanto al método de cocción utilizado, es distinto para cada producto, pudiendo ser cocido, frito u horneado (Sánchez, 2012, p. 36).

Los establecimientos que venden productos de pastelería son el conjunto de tiendas donde se ofrecen y venden cualquier tipo de producto de pastelería suministrado por un distribuidor, pudiéndose complementar con cualquier otro servicio (Sánchez, 2012, p. 14).

2.1.4.1. Merengues

Básicamente los merengues son claras montadas de huevo con adición de azúcar. Serán precisamente las claras las responsables de atrapar las burbujas de aire se producen en el batido dando volumen y esponjosidad (Puigbó, 1999).

2.1.4.2. Mermeladas

Las mermeladas son elaboraciones dulces, que no se deben confundir con las confituras. La gran diferencia entre ambas elaboraciones es que, mientras la confitura se realiza con pulpa o puré de fruta, la mermelada se prepara con fruta troceada, entera o a veces triturada (Sánchez, 2012, p. 63).

Las mermeladas son elaboraciones también dulces, la mermelada se prepara con fruta troceada, entera o también triturada. La mejor manera de obtener mermeladas es usar frutas de temporada en su época de recolección, ya será cuando estén en su momento óptimo de madurez y consistencia (Puigbó, 1999).

- Frutas: escoger este ingrediente en su época de recolección hará no sólo que el coste de la mermelada sea menor, sino que además la fruta estará en su momento óptimo de maduración y con un sabor mucho más intenso (Sastre, 2017).

- Azúcar: el azúcar usado podrá ser blanquilla común, pero para obtener un sabor más intenso y de mayor calidad, el azúcar moreno es una opción plenamente viable.
- Agua: Dependiendo del tipo de fruta, sin embargo, deberemos añadir más o menos agua al almíbar donde se cocerán las frutas (Sastre, 2017).

2.1.4.3. Jaleas

La jalea es un galicismo de gelée, su característica principal es que son transparentes con una consistencia gelatinosa y espesa y solo se usa el jugo de frutas. La preparación se realiza usando frutas enteras (con piel y semillas incluso) y cociéndolas hasta que suelten su jugo y se pongan blandas. Entonces se cuela con un colador fino y en un envase se le añade este jugo resultante, con agua y azúcar, dejándolo reposar (Puigbó, 1999).

2.1.4.4. Gelatinas

Las gelatinas son un producto muy usado en elaboraciones de pastelería, la consistencia gelatinosa se extrae mediante agua hirviendo, el colágeno de huesos, pieles y ligamentos, animales normalmente porcino y bovino. De esta forma se obtienen las placas u hojas de gelatina o polvo de gelatina. Añadiendo agua, azúcar y saborizantes, se obtiene un líquido que una vez frío se solidifica, obteniendo una consistencia gelatinosa y semitransparente (Puigbó, 1999).

2.1.4.5. Cremas de frutas

Las cremas de frutas son preparaciones simples a base de triturar y homogenizar frutas frescas y sanas y conservarlas posteriormente. Usualmente podemos encontrar este tipo de cremas de fruta para decorar o rellenar pasteles entre sus capas (Puigbó, 1999).

2.1.4.6. Coulis

Podemos hacer coulis de todo tipo de frutas, sean con pulpa, tropicales o cítricas, aunque los grandes protagonistas suelen ser los frutos rojos, tales como fresas, frambuesas o arándanos, ya que son especialmente útiles por su gran cantidad de humedad, sabor y paleta cromática.

También es importante mencionar que los coulés se puede elaborar con base de almíbar o bien añadiendo gelatina durante sus fases finales, que veremos más adelante (Sastre, 2017, p. 92).

2.1.4.7. Mouse

Las mousses son postres muy conocidos en nuestro país y como la mayoría de elaboraciones dulces inventadas en el siglo XVIII y XIX es una receta de origen francés, atribuida al cocinero francés Menon. Su consistencia suele ser firme pero asombrosamente melosa, con una cantidad de aire y burbujas en su masa o mezcla extraordinaria, lo que contribuye a que su textura en el paladar sea muy característica. Las mousses necesitan de refrigeración para conseguir dicha textura, además de la realización de un merengue con claras de huevo a punto de nieve y, por otro lado, la elaboración de yemas batidas con azúcar. La nata y el ingrediente principal (frutas, chocolate, café) se añaden al final de la elaboración (Sastre, 2017, p. 123).

Características del mousse

- Es una espuma de diminutas burbujas.
- Textura de crema suave y un sabor agradable.
- Se refrigera antes de servir
- El método empleado es el batido
- Se pueden preparar variedad de mousses para tortas.
- Es un postre semifrío.
- Mantenerlo refrigerado (EDUCACIÓN, 2002, p. 49).

2.1.4.8. Chocolate

Decoración con chocolate

El chocolate es siempre uno de los protagonistas esenciales en la presentación y decoración de productos de pastelería, ya sea por su color intenso, su sabor tan característico o su gran versatilidad. En decoración, el chocolate se puede usar en varias texturas y formas (Sastre, 2017, p. 42).

Podemos diferenciar distintas tipas de chocolates dependiendo del tipo de materia prima que posee en sus composiciones entre ellas tenemos:

- **Chocolate:** Consiste en un producto que resulta de la mezcla de la pasta de cacao y el azúcar pulverizada, pudiendo añadirse manteca de cacao y con un contenido de mínimo de cada del 35%.
- **Chocolate con leche:** Este si diferencia del chocolate anterior, por la adiciona de leche, desgrasada o no y generalmente deshidratadas. Contendrá un mínimo de 22% de cacao.
- **Cobertura:** Consiste en una mezcla de cacao y azúcar, como el chocolate, pero con un contenido mínimo en manteca de cacao del 31% y un 35% de cacao en polvo o en pasta.
- **Cobertura con leche:** Adicionada a la mezcla del chocolate de cobertura la leche, generalmente en estado deshidratado, desgrasada o no.
- **Cobertura blanca:** Producto sin la necesidad de adición de pasta de cacao y elaborado basándose en manteca de cacao y azúcar (Ponzuelo & Pérez, 2002, p. 46).

2.1.4.9. Fondant

El término fondant significa “se hunde”, consiste en una masa blanca elástica, que son utilizadas para forrar tortas, el nombre puede variar dependiendo la nación en donde se encuentre, se lo puede conocer como pasta laminada, fondant extendido, pasta americana entre otras (Cañizares, 2015).

El origen del fondant aparece en la época del renacimiento, es un periodo en el que los pasteleros más humildes al no disponer de presupuestos para la adquisición de grandes cantidades de azúcar, optaron por realizar una mezcla de azúcar y almendras, muy parecida al mazapán para la decoración de las tortas, dos fueron los países en iniciar la utilización este tipo de decoraciones como fue Australia y el Reino Unido, ellos fueron los primeros en utilizar la famosa pasta de azúcar, con el pasar del tiempo se comenzó a expandir por toda Europa y América (Cañizares, 2015, p. 9).

Pero es partir de los siglos XX y XXI donde realmente comienza el boom de la duración de tortas con el fondant, y también de otras preparaciones como galletas, cupcakes y muchos dulces más que usaran este tipo de técnica para la decoración, el término francés fondant significa “derretirse o fundir” y es una de las principales características de este tipo de masa, se podía decir que se encuentra elaborada por agua y azúcar (Cañizares, 2015, p. 9).

Tipos de fondant

a. Fondant líquido

Este tipo de fondant se caracteriza por el estado líquido que se encontraba preparado, no es utilizada para cobertura debido a su estado, pero es utilizado tanto para la chocolatería y pastelería como por ejemplo para los petitfours, de este se puede encontrar dos tipos:

El primero corresponde al fondant líquido para relleno de chocolates, la característica de esta preparación es un líquido transparente, a cuál se puede dar color y a la vez emplear saborizantes artificiales. La elaboración comienza desde un almíbar, agua, azúcar y glucosa, esta preparación se suele colocar en una placa de mármol para bajar la temperatura de esta forma obtener una mezcla compacta, blanquecina. (Cañizares, 2015, p. 11).

El segundo es el fondant líquido para cobertura, la mezcla se lo obtiene a partir de agua, azúcar y glucosa a 100°C, se obtiene una mezcla brillante y blanca, el proceso para su uso es sumergir el elemento a decorar en el fondant hasta cubrirlo totalmente, de tal forma que queda una capa muy fina (Cañizares, 2015, p. 11).

b. Fondant de marshmallows

Las ventajas de este tipo de preparación son: un sabor más agradable, no tan dulce y empalagosos a diferencia del original, su elaboración es más fácil y a la vez es menos costosa, se requiere colocar unas gotas de agua, una vez derretida con la ayuda de un microondas, se colocará el doble de la cantidad de azúcar en polvo hasta llegar a obtener una masa compacta y lisa, que sea fácil de manejar. Este tipo de fondant es empleada en tortas, galletas, cupcakes y diversos productos de pastelería (Cañizares, 2015, p. 11).

c. Fondant de chocolate

Este tipo de fondant es una variación de la tradicional con la diferencia que se le añade el chocolate con el fin de darle un sabor y color diferente, para la elaboración es necesario el fondant ya elaborado y el chocolate de cobertura sea blanco o negro, el mismo que debe estar derretido a baño maría, y posteriormente se debe amasarlo hasta obtener una masa homogénea (Cañizares, 2015, p. 11).

Características principales del fondant

- El fondant se caracteriza por tener un aspecto terso y porcelanado, dando un terminado fino y delicado en las tortas.
- La elasticidad y manejabilidad ayuda que la masa tenga una infinidad de posibilidades a la hora de utilizarla.
- Es una masa cuya característica de ser elástica, provee la posibilidad de moldear a diferentes tipos de figuras usas para decoración.
- Proyecta elegancia y pulcritud al pastel o al tipo de preparación que se vaya a decorar, ya que se realiza acabados muy finos.
- Por la textura y los ingredientes utilizados en la mezcla hace que pueda soportar cambios de temperaturas, resistiendo varias horas de exhibición. (Jaramillo, 2012, p. 31)

Aplicación del fondant

- Utilizada para cubrir tortas o pasteles, sin importante la forma, esto debido a que la masa posee versatilidad a la hora de moldear.
- Usada para bañar una variedad de galletas, esto siempre y cuando se trate de la versión diluida del fondant.
- Para relleno de los bombones, en este caso el fondant puede ser saborizada y a la vez coloreado.
- En la versión puede ser usada para cubrir cualquier tipo de dulce con el fin de darle una mejor terminación.
- La masa de fondant también suele ser usas para formar distintas figuritas decorativas, que luego puede ser usas para decoraciones diversas.
- De igual forma como se utiliza para los pasteles también se lo puede emplear en muffins o cupcakes, con el fin de darle características más estéticas (Jaramillo, 2012, p. 32).

2.1.5. Equipos y utensilios en pastelería

2.1.5.1. El equipo de pastelería

a. El horno

Es el elemento principal para una buena producción. Un horno es un dispositivo que genera calor y que lo mantiene dentro de un compartimento cerrado. La energía calorífica utilizada para alimentar un horno puede obtenerse directamente por combustión (leña, gas u otro combustible), radiación (luz solar), o indirectamente por medio de electricidad (horno eléctrico). Aun no hace muchos años, los hornos consistían en una cámara de cocción a fuego directo o indirecto. Los géneros colocados en latas, se arreglaban en el horno con pala, y cuando se hallaban cocidos, se sacaban. Este sistema pasó a la historia. Hoy se hallan en el mercado hornos túneles de 60 y 70 metros de largo con salida de gas y de vapor, que cuecen ocho o nueve toneladas de productos en ocho horas. Estos hornos son acoplados al correspondiente grupo de máquinas automáticas. La única cosa que el obrero tiene que hacer es meter masa en la tolva de la máquina. Existen hornos de gas, carbón, de vapor, de gasolina, eléctricos y de rayos infrarrojos. Este horno es muy largo, poco ancho y pequeño de altura (techo), destinado principalmente a cocer galletas y bizcochos que son cocidos directamente en malla sin chapa. En este horno la cocción es siempre rápida, de seis o siete minutos. Para las piezas mayores existe el horno giratorio y el horno de bandeja. El calor es más suave y la cocción más prolongada. El calor de los hornos se controla por un termostato. El termostato es un aparato automático que mantiene una temperatura constante en el horno y viene marcado o dividido por

grados Centígrados o Faringe. El calor que proviene de la parte alta del horno se llama copa y el inferior, calor del piso (EDUCACIÓN, 2002).

b. Balanza

Es un equipo utilizado para controlar el peso exacto de los ingredientes de una fórmula antes de su procedimiento, con el objeto de mantener un equilibrio entre los ingredientes empleados y obtener un producto de buena calidad. La balanza funciona según un mecanismo de precisión que ejerce cierta resistencia, a la vez que marca, sobre una escala graduada el peso (EDUCACIÓN, 2002).

c. Mesas

Es un equipo muy necesario en pastelería, sus características más comunes son: de metal o madera resistente y pesada, para evitar que se muevan o dañen al trabajar en ellas, usualmente a las mesas de madera se les cubre con una lámina de acero, aluminio o fórmica. Algunas mesas de pastelería se fabrican con un mármol empotrado en su parte superior. EL mantenimiento de las mesas se debe llevar a cabo con un paño humedecido en agua. En caso que las impurezas estén muy adheridas a la superficie, se les debe retirar con una espátula (EDUCACIÓN, 2002).

d. Batidora

Es un equipo especialmente diseñado para batir y mezclar. Los principales componentes de la batidora son: cuerpo, tolva y batidores. El cuerpo es de metal resistente y en él se encuentran las partes que accionan la máquina. Tolva: Es un implemento metálico donde se vierten los ingredientes que se van a batir. La tolva se fija al cuerpo de la batidora mediante dos sujetadores especiales que impiden su movimiento durante el batido (EDUCACIÓN, 2002).

Batidores: Se utilizan para batir. Se componen de un número determinado de finas varillas de acero unidas por ambas puntas a un eje, de tal manera que forman una especie de globo.

e. Licuadora

Es un aparato eléctrico que se utiliza para convertir una fruta u otro alimento en líquido. Se compone de un cuerpo y envase, en el cuerpo se encuentra el interruptor y botones que la ponen en funcionamiento. Algunas licuadoras pueden tener hasta más de una velocidad. El envase puede ser de vidrio o de metal y es la parte donde se coloca el producto que se va a licuar. Acoplado al envase se encuentran las cuchillas que trituran y licuan, estos se deben lavar bien luego de su uso (EDUCACIÓN, 2002).

2.1.5.2. Utensilios de pastelería

En pastelería son varios los utensilios que participan en los procesos de elaboración, sin embargo, consideraremos los utensilios básicos:

- a. **Batidores manuales.** Las hay de globo, sirven para batir claras, crema de leche, y emulsionar salsas, hay de varios tamaños y materiales: de metal, plásticos y de silicona.
- b. **Moldes.** Existen una gran variedad; de aluminio, silicona, refractarios, plásticos, etc. Los moldes redondos se usan para hornear bizcochos, pies, kekes, flanes, etc. Los rectangulares se usan para hornear tortas, keke inglés, piononos, estos son moldes más delgados y de poca altura. También existen los moldes tipo corona que tienen un agujero en el centro. Recientemente han salido al mercado moldes de silicona (silpat) de diferentes formas, son flexibles y antiadherentes por lo que no necesita engrasarse (EDUCACIÓN, 2002).
- c. **Aros.** Son anillos de acero lisos o con ondas que sirven para moldear.
- d. **Espátulas.** Pueden ser plásticas, goma, metal o madera. Las de goma sirven para vaciar el preparado de un depósito hasta dejarlo prácticamente limpio, absorben los olores. Las de madera y las de plástico no absorben los olores y aíslan el calor. La de metal es un cuchillo útil para dar vuelta a las masas, nivelar las cremas, nivelar pasteles o bañar tortas. El rascador o raspa: es una espátula de mano que se usa para mezclar masas, limpiar recipientes y la mesada (EDUCACIÓN, 2002).
- e. **Rodillo o palote.** Ideal para estirar las masas ya sean dulces o saladas.
- f. **Cuchara medidora:** La cuchara medidora o cuchara dosificadora es una cuchara empleada para medir cantidades (volúmenes) de sustancias que pueden ser líquidas o en polvo. Se emplea en la cocina como elemento uniformador de empleo de pequeñas cantidades. Está disponible en plástico, metal y en otros materiales rígidos. Existe en diferentes tamaños que pueden ir desde una cucharadita a una cuchara (EDUCACIÓN, 2002).
- g. **Jarra medidora:** Una jarra medidora, es un utensilio de cocina empleado fundamentalmente en la medida de diferentes volúmenes de líquidos o materiales como ingredientes para cocinar, en especial para volúmenes desde 50 ml. La jarra medidora tiene un concepto muy sencillo, se trata de un recipiente con asa, generalmente transparente que posee una o varias escalas en su superficie. Cada escala representa un tipo de ingrediente como harina, azúcar, levadura, agua, etc. Las jarras medidoras suelen estar hechas de diferentes materiales, los más comunes son plástico (suelen ser las más baratas) o vidrio, y existen ejemplares de metal con la escala en la superficie interior. La mayoría de las jarras dosificadoras suelen medir volúmenes de 0,2 a 1 litros (EDUCACIÓN, 2002).
- h. **La manga pastelera:** Es una habilidad profesional difícil, para dominarlo se requiere de mucha práctica. Para decorar con manga pastelera hay que tener sentido de las escalas, los

volúmenes y saber equilibrar su decoración. Saber preparar la manga pastelera para utilizarla correctamente, saber elegir el grosor de la manga en relación con el trabajo que se va a realizar. Elegir cuidadosamente la boquilla y asegurarse que está en buen estado (Sánchez, 2012).

1. La manga puede ser de tela gruesa, plastificadas, de plástico descartable, o de papel manteca.
 2. Tienen forma de embudo, es decir la parte superior es ancha y la parte inferior estrecha.
 3. En esta parte estrecha es donde se coloca la boquilla elegida.
 4. Para llenar con comodidad la manga repostera, doblar el borde de la parte ancha hacia fuera, y con la ayuda de una espátula o de un cuchillo proceder a colocarle la crema elegida, manjar blanco, crema pastelera, chantilly, glasé real, merengue italiano, etc.
 5. Una vez que se ha llenado la manga (no totalmente), presionar o ajustar bien las puntas, y darle vueltas para que no se salga la crema.
 6. Hasta que se tenga suficiente práctica en el uso de la manga repostera, debe apretarse despacio, ayudándonos con la mano derecha, así evitaremos que salga mucha crema y se nos arruine el decorado.
 7. Conforme se vaya usando la crema, ir ajustando más la manga hasta que quede vacía (Sánchez, 2012).
- i. Corta pastas:** Son utilizados para coartar los distintos tipos de pastas o masa de manera uniforme y rápida, llegan a ser de diferentes tamaños y formas. En la actualidad, se fabrican en materiales alternativos que puede ser desde plásticos o acero inoxidable. A otra corta pastas se le llaman corta detalles, sus llamativas formas hacen que se los utilice para decorar elaboraciones en las que se requiera realizar algún acabado especialmente atractivo (Ponzuelo & Pérez, 2002, p. 28).
- j. Barreños:** Suelen ser elaborados de distinto material como, por ejemplo, acero inoxidable, plástico, cristal, cerámica, etc. Estos recipientes son utilizados para realizar la mezcla de ingredientes para su posterior elaboración y utilización (Ponzuelo & Pérez, 2002, p. 28).
- k. Tamiz:** Este utensilio se asemeja a una redcilla de metal, rígida enmarcada en un cerco de madera o metal. Se puede encontrar en el mercado distintos tipos de tamices de varios grosores y suele ser utilizadas para tamizar harinas, azúcares, migas de bizcochos de seco, etc. (Ponzuelo & Pérez, 2002, p. 29).
- l. Lustreras:** Son aquellos recipientes metálicos, que cuenta con una tapa formada por un tamiz muy fino, generalmente son utilizadas para espolvorear azúcar glasé, cacao, canela en polvo, etc. Ya sea para decoraciones o para incorporar la materia prima en pequeñas cantidades (Ponzuelo & Pérez, 2002, p. 29).
- m. Termómetro:** Son instrumentos que posee la funciones de medir la temperatura, existe en el mercado distintos modelos dependiendo del tipo de aplicación, entre los que se

encuentran están: el termómetro para jarabes, termómetro para masas o el termómetro del azúcar (Ponzuelo & Pérez, 2002, pp. 29-30).

- n. Sifones:** Considerado la herramienta más importante dentro de un establecimiento de repostería, son utilizadas para espumas, las mismas que se obtienen gracias a las cápsulas que se incorpora en el recipiente con el fin de emulsionar un producto (Ponzuelo & Pérez, 2002, p. 30).
- o. Cuchillos:** Existe una gran variedad de cuchillos que se emplean especialmente en la repostería son los siguientes:
 - **Cuchillo de sierra:** Utilizada para cortar bizcochos y preparados similares con tendencia de desmoronarse, sin mucho problema es capaz de cortar en láminas finas.
 - **Puntillas:** Utilizadas para pelar frutas y cortar con mucho cuidado ciertos detalles como modo de decoración ciertas frutas y verduras.
 - **Cuchillos de doble mango:** Usadas con el fin de cortar elaboración consistentes como turrónes, coberturas, etc. (Ponzuelo & Pérez, 2002, p. 30).
 - **Guantes de horno:** Son guantes elaborados con ciertos tejidos ignífugos y que son sumamente resistentes al calor, esta ventaja permite a la persona sacar las bandejas del horno de cualquier equipo que emita calor, sin la necesidad de correr peligro de algún tipo de quemadura (Ponzuelo & Pérez, 2002, p. 30).

Tres categorías de boquillas

- Las boquillas lisas de diferentes tamaños con frecuencia llevan un número que corresponde al tamaño de la abertura de salida en milímetros. El orificio de salida debe ser perfectamente redondo si no redondearlo con ayuda de un utensilio cónico.
- Las boquillas acanaladas, son las boquillas dentadas que llevan más o menos dientes y su tamaño es variable. Son frágiles. Se debe comprobar si todos los dientes están presentes de lo contrario rectificar. Los dientes deben tener una separación uniforme y hallarse en el vértice del cono.
- Las boquillas de fantasía, muy numerosa y muy variada, se utilizan para decoraciones especiales (Sánchez, 2012).

2.1.6. Fases del proyecto

2.1.6.1. Estudio de factibilidad

El estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso. Permite la reducción de errores y mayor precisión en los procesos, además de

costos mediante la optimización o eliminación de los recursos no necesarios. Permite también la actualización y mejoramiento de los servicios a clientes o usuarios. Otro aspecto importante a tomar en cuenta es la reducción en el tiempo de procesamiento y ejecución de las tareas (Espinoza, 2007).

2.1.6.2. Estudio de mercado

Estudio de mercado es el conjunto de acciones que se ejecutan para saber la respuesta del mercado (demanda) y proveedores, competencia (oferta) ante un producto o servicio. Se analiza la oferta y la demanda, así como los precios y los canales de distribución. El objetivo de todo estudio de mercado ha de ser terminar teniendo una visión clara de las características del producto o servicio que se quiere introducir en el mercado, y un conocimiento exhaustivo de los interlocutores del sector. Juntoest con todo el conocimiento necesario para una política de precios y de comercialización (Espinoza, 2007).

2.1.6.3. Estudio técnico

El estudio técnico conforma los aspectos técnicos operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio deseado y en el cual se analizan la determinación del tamaño óptimo del lugar de producción, localización, instalaciones y organización requeridas. La importancia de este estudio se deriva de la posibilidad de llevar a cabo una valorización económica de las variables técnicas del proyecto, que permitan una apreciación exacta o aproximada de los recursos necesarios para el proyecto; además de proporcionar información de utilidad al estudio económico-financiero. Todo estudio técnico tiene como principal objetivo el demostrar la viabilidad técnica del proyecto que justifique la alternativa técnica que mejor se adapte a los criterios de optimización (Espinoza, 2007, p. 34).

2.1.6.4. Estudio administrativo

Un Estudio Administrativo proporciona las herramientas necesarias para administrar adecuadamente una empresa, Las empresas que se encuentran en funcionamiento, deben iniciar un estudio administrativo con un diagnóstico administrativo, el cual dará como resultado la identificación de las necesidades en las distintas áreas que componen la empresa. El estudio administrativo proporciona, en un proyecto de inversión, las herramientas que guía para los que deban administrar dicho proyecto; muestra los elementos administrativos como la planeación de

estrategia que defina rumbo y acciones a seguir para alcanzar las metas empresariales (Ramirez, 2004, p. 47).

2.1.6.5. Estudio legal

Su objetivo es analizar algunos aspectos legales que son importantes al inicio de un proyecto debido a que las leyes laborales, tributarias, económicas, comerciales y demás deben cumplirse, de lo contrario incurrirá en costos elevados por multas y tributos excesivos que harán que el proyecto fracase. El estudio legal busca determinar la viabilidad de un proyecto a la luz de las normas que lo rigen en cuanto a localización de productos, subproductos y patentes. También toma en cuenta la legislación laboral y su impacto a nivel de sistemas de contratación, prestaciones sociales y demás obligaciones laborales (Ramirez, 2004, p. 46).

2.1.6.6. Estudio ambiental

El estudio ambiental contempla las medidas de mitigación tienen por finalidad evitar o disminuir los efectos adversos del proyecto o actividad, cualquiera sea su fase de ejecución. La evaluación ambiental sirve para identificar, evaluar y describir los impactos ambientales que producirá un proyecto en su entorno, todo ello con el fin de que la administración competente pueda aceptarlo, rechazarlo o modificarlo (Merino Ávila, 2011, pp. 63-64).

2.2. Marco conceptual

Azúcares: La pastelería se caracteriza por su sabor dulce, que proviene mayormente de los azúcares, glúcidos y edulcorantes. Estas sustancias conceden ternura y fineza a las masas, dan color a las cortezas y actúan como agentes de cremado en los batidos donde intervienen grasas y huevos

Mise en place Consiste en poner en su lugar, este término es utilizado para tener listo sobre la mesa los utensilios e ingredientes indispensables para la elaboración de una receta, de tal forma que se mantenga un orden adecuado para obtener los resultados requeridos.

Gluten: Consiste en una proteína insoluble que se encuentra en la harina y actúa cuando las partículas se han hidratado.

Agentes leudantes: Se denominan a las sustancias -químicas o biológicas que su función principal es aportar a las masas textura porosa y ligera con la producción de gas carbónico en el proceso de horneado.

Lácteos: Su función principal al igual que el agua es hidratar a los productos secos. Funciona con el desarrollo del gluten y coloración al igual que aporta con humedad en las masas.

Huevos: Este producto es esencial ya que aporta hidratación y emulsión en las preparaciones.

Masas batidas: Su función principal es aumentar el volumen en la preparación y esto permite otorgar una textura aireada.

Moldes: Se utiliza por lo general moldes de metal de preferencia de un material grueso antiadherente logrando así el soporte de calor una vez que se ha sometido a altas temperaturas.

Crema: Permite elaborar varias preparaciones donde se utilizan productos tales como lácteos, huevos, azúcares y aromas.

CAPITULO III

3. METODOLOGÍA

La metodología de la investigación consiste en una disciplina de conocimiento la cual tiene como función principal elaborar, definir y sistematizar el conjunto de técnicas, métodos y procedimientos a seguir durante el proceso de investigación.

3.1. Tipo y diseño de la investigación

3.1.1. *Investigación no experimental*

La investigación no experimental es un tipo de investigación sistemática en la que el investigador no tiene control sobre las variables independientes porque ya ocurrieron los hechos o porque son intrínsecamente manipulables los cambios en la variable independiente ya ocurrieron y el investigador tiene que limitarse a la observación de situaciones ya existentes dada la incapacidad de influir sobre las variables y sus efectos (Berlingar, 1983).

Este método de investigación es empleado con el hecho de observar los comportamientos, afinidades, preferencias y gustos de la población objetiva, para de esta manera satisfacer las necesidades insatisfechas para la ciudadanía.

3.1.2. *Investigación descriptiva*

La investigación que se realizó para desarrollar el tema fue de carácter descriptivo ya que nos permitió conocer distintas opiniones, características, promociones de los productos, entre otras, obteniendo de esta forma datos reales del Cantón Salcedo a través de la aplicación de las encuestas.

3.2. Técnica de recolección de dato

La técnica aplicada fue una encuesta a la población del Cantón Salcedo para obtener información y de esta forma conocer cuáles son sus necesidades. Las preguntas utilizadas en la

elaboración de las encuestadas fueron, preguntas cerradas, dicotómicas y de selección múltiple, permitiendo con es la fácil tabulación de la información.

3.3.Fuentes de investigación

3.3.1. Fuentes primarias

Para la aplicación de esta fuente se realizó una encuesta con la finalidad de determinar el grado de aceptabilidad y factibilidad de la pastelería, obteniendo información con el criterio que imparten los habitantes del cantón Salcedo.

3.3.1.1. Encuesta

La encuesta es uno de los métodos más utilizados en la investigación de mercado porque permite obtener información real directamente de los consumidores. Es una técnica o método de recolección de información en donde se interroga de manera verbal, escrita o digitalmente a un grupo de personas con el fin de obtener información necesaria para una investigación.

3.3.2. Fuentes secundarias.

Se ha recolectado información de libros, revistas, artículos, páginas web, del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), Gobierno Autónomo descentralizado del Cantón Salcedo (GADMCS) documentos que facilitaron la obtención de resultados.

3.4.Segmento de mercado

Se dará a conocer el mercado desde lo macro a lo micro considerando el país provincia cantón zona, para poder especificar el grupo de habitantes al cual se va a realizar la encuesta.

Tabla 1-3: Segmento de mercado

| VARIABLE | DESCRIPCIÓN |
|------------------------|--|
| GEOGRÁFICO | |
| País | Ecuador |
| Provincia | Cotopaxi |
| Cantón | Salcedo |
| Zona | Urbana |
| DEMOGRÁFICO | |
| Nacionalidad | Ecuatoriana |
| Género | Hombres-Mujeres |
| Total, habitantes | 12488 |
| PSICOGRÁFICO | |
| Nivel Económico | Media, media alta |
| Personalidad | Conservador |
| CONDUCTUAL | |
| Beneficios pretendidos | Calidad de producto, excelencia en el servicio |
| Grado de lealtad | Alta |

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

3.5. Universo

El universo de estudio para la investigación corresponde a 12488 habitantes del Cantón Salcedo, específicamente de la zona urbana, estos datos fueron obtenidos del último censo del instituto ecuatoriano de estadísticas y censos (INEC) 2010.

3.6. Muestra

La muestra es un subconjunto fielmente representativo de la población. Hay diferentes tipos de muestreo. El tipo de muestra que se seleccione dependerá de la calidad y cuán representativo se quiera sea el estudio de la población. La muestra aleatoria cuando se selecciona al azar y cada miembro tiene igual oportunidad de ser incluido.

La fórmula utilizada para la determinación del tamaño de la muestra fue la de la población finita que se indica a continuación.

Fórmula

$$\frac{Z^2pm}{NE^2 + Z^2PQ}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra

N = Total de la Población (12488)

Z = valor estandarizado que resulta del margen de (E) error dispuesto (1.96).

P= probabilidad de éxito (0.9).

Q= Probabilidad de fracaso (0.1)

E = Error dispuesto a cometer (0.05).

DESARROLLO:

$$n = \frac{(1.96)^2((0.9)(0.1)(12488))}{12488(0.05)^2 + (1.96)^2(0.9 * 0.1)}$$

$$n= 136,782807 \text{ aprox}$$

$$n= 137$$

3.6.1. Muestreo probabilístico

Una vez que se ha definido la formula se pudo identificar el número de habitantes aplicar las encuestas, el muestro probabilístico consiste en garantiza resultados no sesgados, aunque el costo y tiempo empleado es alto pero con un margen de error mínimo, es por ello que el total de la población se divide en un número de estratos y el total de la muestra obtenida mediante la aplicación de la fórmula se la divide en partes iguales para cada estrato.

3.7. Tabulación y análisis de resultados

Pregunta N° 1

Género

Tabla 2-3: Análisis de la pregunta

| DESCRIPCIÓN | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA RELATIVA |
|-------------|---------------------|---------------------|
| Masculino | 62 | 45% |
| Femenino | 75 | 55% |
| Total | 137 | 100% |

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

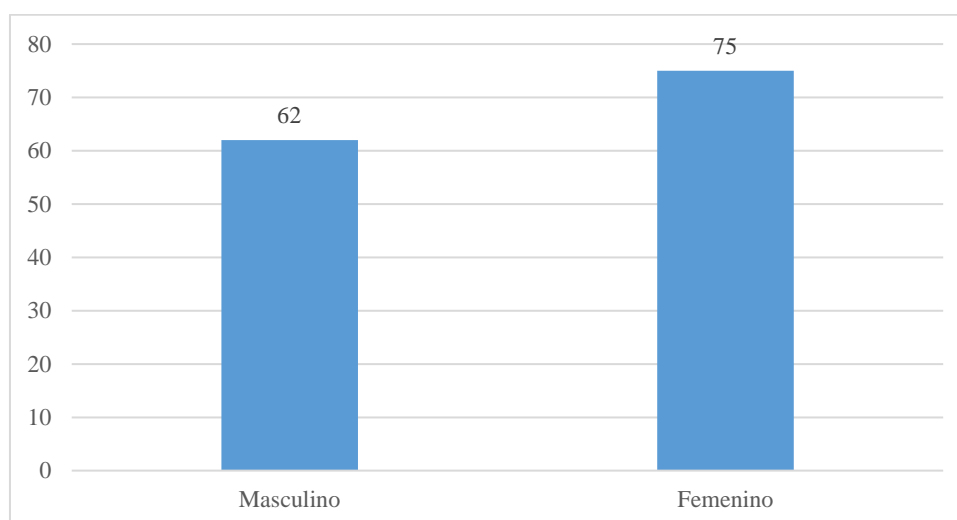


Gráfico 1-3: Corresponde a la tabla pregunta 1

Fuente: Tabla 2-3

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

Análisis descriptivo e interpretativo

Con los datos obtenidos se pudo determinar que el 55% de personas encuestadas pertenecen al género femenino, estos datos son positivos debido a que las mujeres son más aficionadas a productos dulces, y sobre todo, porque son las encargadas de elaborar cualquier celebraciones, por ende son las responsables de realizar la compra de postres y pasteles, que dichos productos son los que ofrecerá el establecimiento.

Pregunta N°2

¿A qué edad pertenece usted?

Tabla 3-3: Análisis de resultados pregunta 2

| DESCRIPCIÓN | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA RELATIVA |
|------------------------|---------------------|---------------------|
| 15-20 años | 11 | 8% |
| 21-30 años | 32 | 23% |
| 31-40 años | 55 | 40% |
| 41-50 años en adelante | 39 | 28% |
| Total | 137 | 100% |

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

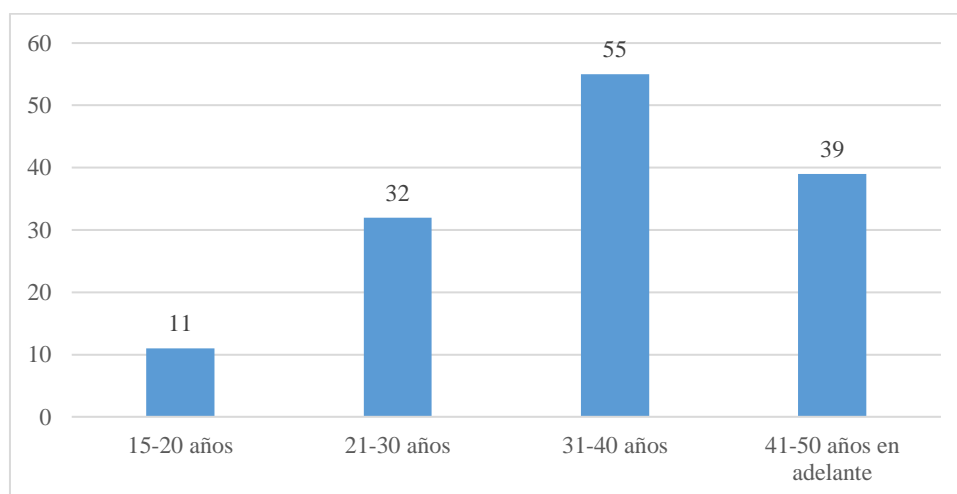


Gráfico 2-3: corresponde a la tabla pregunta 2

Fuente: Tabla 3-3

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

Análisis descriptivo e interpretativo

De acuerdo con la encuesta aplicada a un grupo posible de consumidores se determinó que el 40% se encuentra en un rango de edad de 31-40 años, por lo tanto la propuesta de factibilidad se encuentra enfocada a una población económicamente activa, que dispone de poder monetario capaz de adquirir las preparaciones que el establecimiento vaya a ofertar.

Pregunta N°3

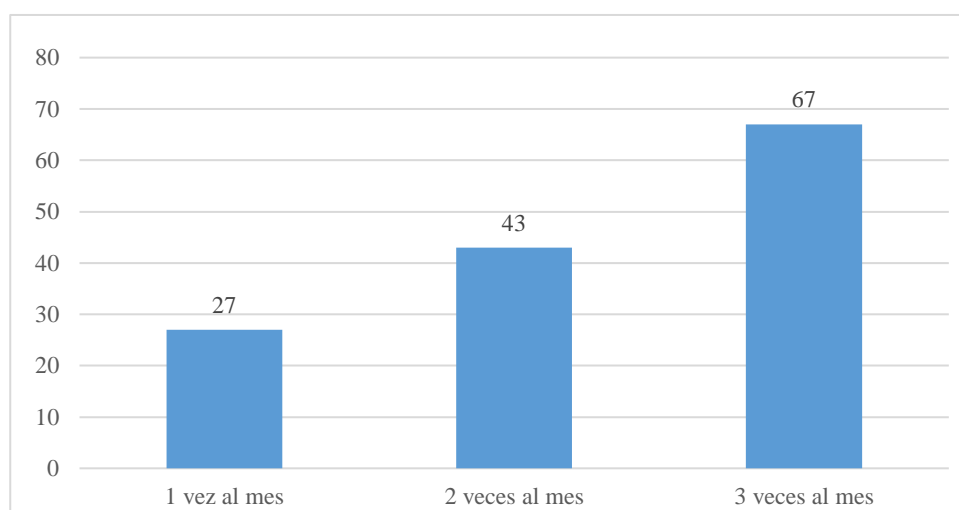
¿Con qué frecuencia usted consume postres?

Tabla 4-3: Análisis de resultados pregunta

| DESCRIPCIÓN | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA RELATIVA |
|----------------|---------------------|---------------------|
| 1 vez al mes | 27 | 20% |
| 2 veces al mes | 43 | 31% |
| 3 veces al mes | 67 | 49% |
| Total | 137 | 100% |

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018



Gr

Gráfico 3-4: Corresponde a la pregunta 3

Fuente: Tabla 4-3

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

Análisis descriptivo e interpretativo

Un 31% de las personas encuestadas consumen 2 veces al mes distintos tipos de postres, esto debido que al consumir un alimento dulce sienten relajación y una disminución del estrés que contraen por las distintas actividades diarias, los datos obtenidos de la presente encuesta son relevantes e importantes, debido a que garantiza una fluctuación de clientela moderada hacia el local.

Pregunta N°4

¿Qué tipo de postres consume usted con mayor frecuencia?

Tabla 5-3: Análisis de resultados pregunta 4

| DESCRIPCIÓN | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA RELATIVA |
|----------------|---------------------|---------------------|
| Tortas | 58 | 42% |
| Cheese cakes | 33 | 24% |
| Mousses | 27 | 20% |
| Brazos gitanos | 19 | 14% |
| Total | 137 | 100% |

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

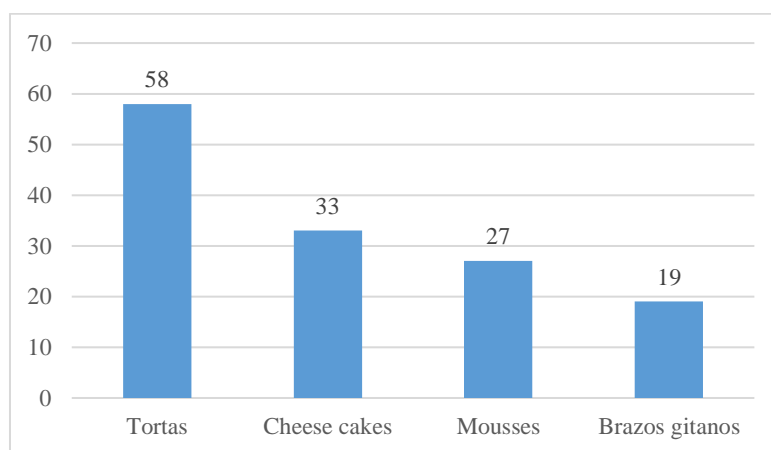


Gráfico 4-3: Corresponde a la tabla pregunta 4

Fuente: Tabla 5-3

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

Análisis descriptivo e interpretativo

Existe entre un 20-24% de encuestados que prefieren consumir productos diferentes a lo que son las tortas debido a que en estos productos existe mayor variación del color, sabor, tipo de decoración entre otras, la misma que sea capaz de atraer al consumidor y lo pueda adquirir para celebrar cualquier tipo de compromiso social, y es hacia este grupo de personas que el establecimiento pretenderá cubrir y sobre todo cuando se trata de fechas especiales que es donde existe mayor demanda.

Pregunta N°5

De las siguientes opciones indique el rango en el que se encuentra el monto de sus ingresos económicos

Tabla 6-3: Análisis de resultados pregunta 5

| DESCRIPCIÓN | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA ABSOLUTA |
|-----------------------|---------------------|---------------------|
| 100-300\$ | 15 | 11% |
| 300-400\$ | 36 | 26% |
| 400-500\$ | 47 | 34% |
| 500-600\$ | 22 | 16% |
| 600-800\$ en adelante | 17 | 12% |
| Total | 137 | 100% |

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

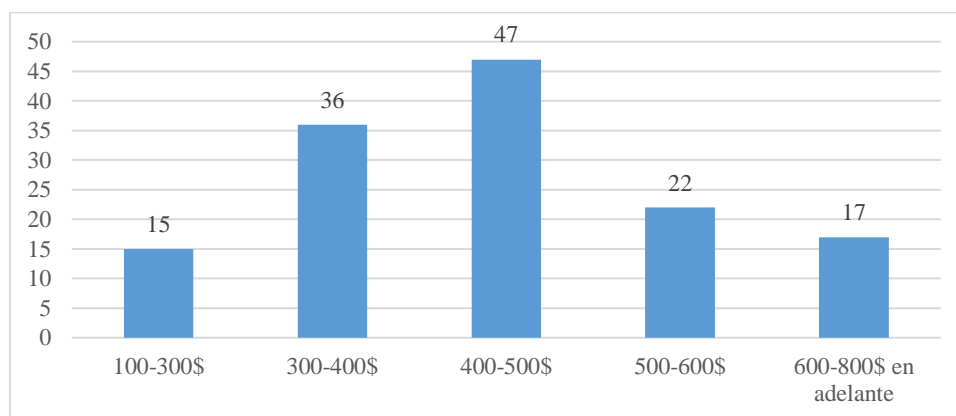


Gráfico 5-3: Corresponde a la tabla pregunta 5

Fuente: Tabla 6-3

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

Análisis descriptivo e interpretativo

Un 34% de personas encuestadas, poseen un monto de ingresos mensuales no mayor de 400-500\$ lo que indica que es una cantidad considerable, para que los consumidores tengan las posibilidades de pagar por los productos que el establecimiento va a ofertar, de acuerdo con el ingreso económico se opta por determinar que los precios de cada una de las preparaciones sean cómodos y accesibles.

Pregunta N°6

Indique cuánto estaría dispuesto a pagar por un postre

Tabla 7-3: Análisis de resultados pregunta 6

| <u>DESCRIPCIÓN</u> | <u>FRECUENCIA ABSOLUTA</u> | <u>FRECUENCIA RELATIVA</u> |
|--------------------|----------------------------|----------------------------|
| 1,00-3,00 \$ | 66 | 48% |
| 3,00-4,00\$ | 44 | 32% |
| 4,00-5,00\$ | 19 | 14% |
| 5,00-6,00\$ | 8 | 6% |
| Total | 137 | 100% |

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

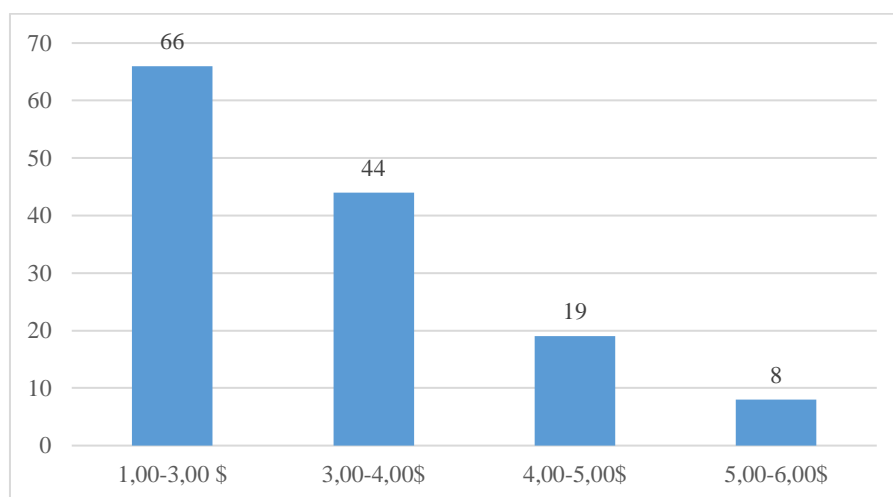


Gráfico 6-3: Corresponde a la tabla pregunta 6

Fuente: Tabla 7-3

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

Análisis descriptivo e interpretativo

Según los datos obtenidos apenas un 6% de personas encuestadas pagarían por una porción de postre un costo de 5,00-6,00\$, mientras que un 48% dispone de un valor entre 1,00-3,00\$ debido a que es un precio accesible para que cualquier persona que desee consumir un postre lo pueda pagar, y además los precios que se encuentra fijados en la carta del establecimiento son conforme a poder adquisitivo que tiene la persona y a la vez con el de la competencia.

Pregunta N°7

Existen otros establecimientos que ofrezcan productos de pastelería similares al nuestro

Tabla 8-3: Análisis de resultados pregunta 7

| DESCRIPCIÓN | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA RELATIVA |
|-------------|---------------------|---------------------|
| SI | 17 | 12% |
| NO | 120 | 88% |
| Total | 137 | 100% |

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

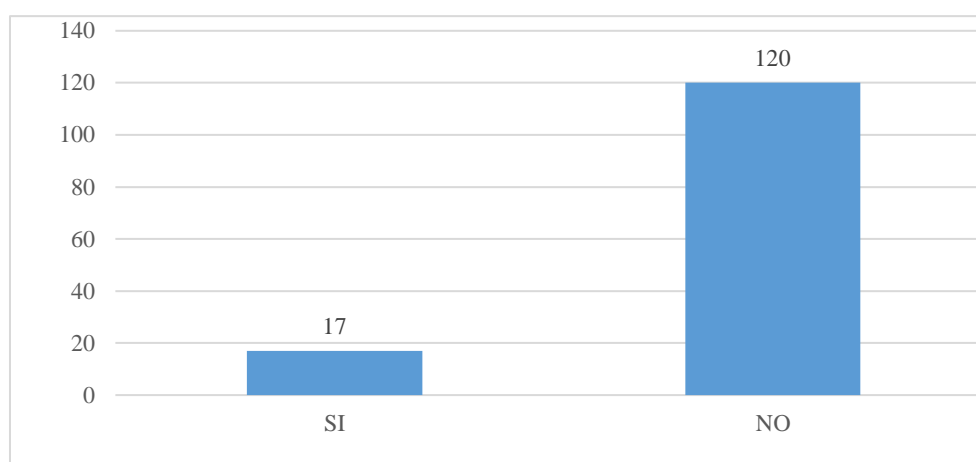


Gráfico 7-3: Corresponde a la tabla pregunta 7

Fuente: Tabla 8-3

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

Análisis descriptivo e interpretativo

Existe apenas un 12% de personas encuestadas que manifiestan que existen otros establecimientos que ofrecen productos similares al del establecimiento Delicias de azúcar, determinando de esta manera que existe viabilidad para la implementación de la pastelería, además que se pretende ofrecer productos con un valor agregado que permita diferenciarse de los otros locales ya sea por el tipo de decoración, la materia prima utilizada y el precio que accesible.

Pregunta N°8

¿Cómo le gustaría a usted el estilo de una Pastelería y Repostería Gourmet?

Tabla 9-3: Análisis de resultados pregunta 8

| DESCRIPCIÓN | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA RELATIVA |
|-------------|---------------------|---------------------|
| Clásico | 24 | 18% |
| Tradicional | 40 | 29% |
| Moderno | 56 | 41% |
| Antiguo | 17 | 12% |
| Total | 137 | 100% |

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

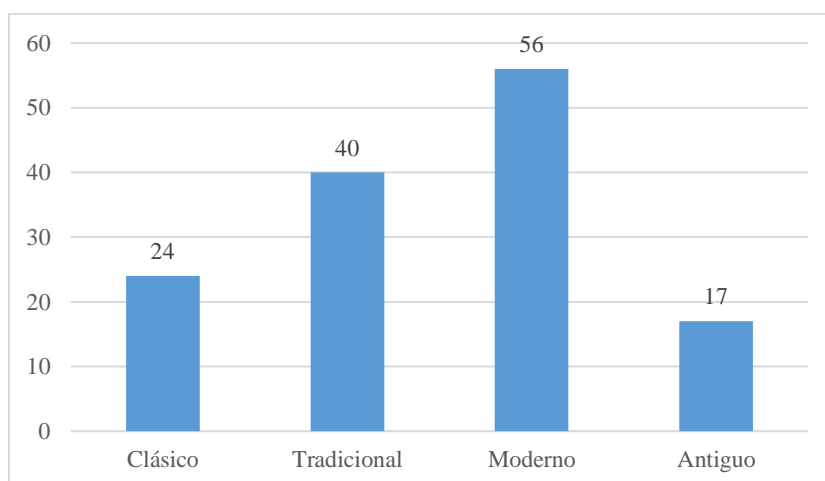


Gráfico 8-3: Corresponde a la tabla pregunta 8

Fuente: Tabla 9-3

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

Análisis descriptivo e interpretativo

El 12% de las personas encuestas se inclinan por un estilo antiguo mientras que el 41 % prefieren el estilo moderno para la implementación de la Pastelería y Repostería Gourmet, el resultado obtenido es positivo debido a que el establecimiento por los tipos de productos que va a expender se acoplaría perfectamente con este tipo de estilo, el mismo que será capaz de transmitir comodidad y elegancia la ciudadanía.

Pregunta N°9

¿Cuál de los siguientes logotipos le gustaría a usted que se aplique para implementar la Pastelería y Repostería Gourmet?

Tabla 10-3: Análisis de resultados pregunta 9

| DESCRIPCIÓN | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA RELATIVA |
|-------------|---------------------|---------------------|
| Logotipo 1 | 73 | 53% |
| Logotipo 2 | 54 | 39% |
| Logotipo 3 | 10 | 7% |
| Total | 137 | 100% |

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

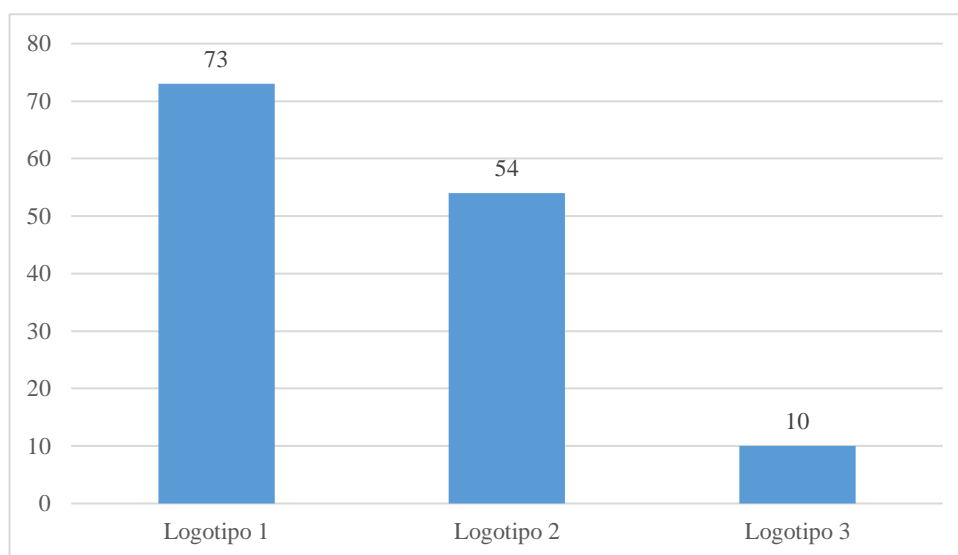


Gráfico 9-3: Corresponde a la tabla pregunta 9

Fuente: Tabla 10-3

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

Análisis descriptivo e interpretativo

De las personas encuestadas un 7% se inclina por el logotipo número 3 mientras que el 53% manifiestan su preferencia por el logotipo 1, esto se debe a la buena combinación de los colores,

la misma que proyecta vitalidad, elegancia y a la vez la imagen utilizada hace referencia a los productos de calidad que va a ofrecer nuestro establecimiento a la colectividad.

Pregunta N°10

¿Qué medios de comunicación le gustaría a usted que se utilice para promocionar nuestro establecimiento?

Tabla 11-3: Análisis de resultados pregunta 10

| DESCRIPCIÓN | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA RELATIVA |
|----------------|---------------------|---------------------|
| Televisión | 37 | 27% |
| Radio | 21 | 15% |
| Revistas | 11 | 8% |
| Redes sociales | 68 | 50% |
| Total | 137 | 100% |

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

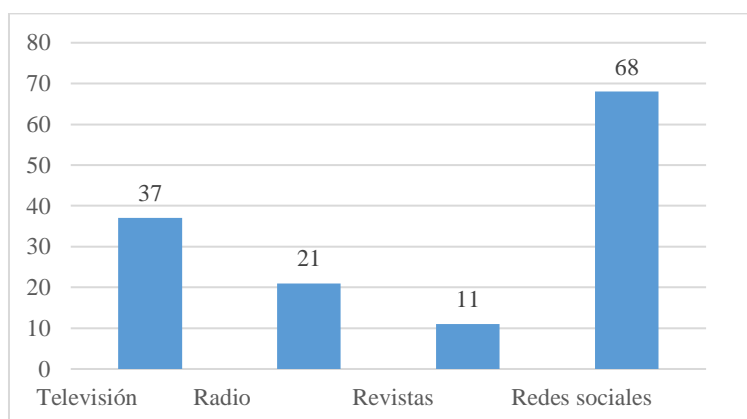


Gráfico 10-3: Corresponde a la tabla pregunta 10

Fuente: Tabla 11-3

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

Análisis descriptivo e interpretativo

El 50% de encuestados prefieren que la publicidad del establecimiento se realice utilizando redes sociales, debido a que en la actualidad las personas se encuentran inmensos en el ámbito tecnológico lo cual resulta beneficio ya que se puede promocionar los productos a emprender y a la vez el local no gastará en la publicidad del negocio, lo que no sucede con las revistas y radios ya que se requiere de un presupuesto considerable para realizar dicha publicidad.

Pregunta N°11

Con respecto al lugar, elija usted una opción que considere más relevantes al implementar una Pastelería y Repostería Gourmet

Tabla 12-3: Análisis de resultados pregunta 11

| DESCRIPCIÓN | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA RELATIVA |
|------------------|---------------------|---------------------|
| Fácil acceso | 39 | 28% |
| Seguridad | 21 | 15% |
| Estacionamientos | 27 | 20% |
| Céntrico | 50 | 36% |
| Total | 137 | 100% |

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

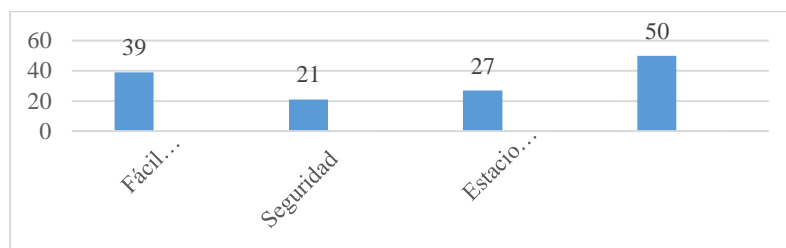


Gráfico 11-3: Corresponde a la tabla pregunta 11

Fuente: Tabla 12-3

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

Análisis descriptivo e interpretativo

Según los resultados obtenidos el 28% de personas encuestadas concluyen que la opción relevante con respecto al lugar es que el establecimiento debe estar ubicado en un sitio de fácil acceso permitiendo con esto que exista buena afluencia y mejor acogimiento por parte de los consumidores, y en especial cuando se trata de días festivos donde la fluctuación de gente es mayor.

Pregunta N°12

¿Le gustaría a usted que se implemente una Pastelería y repostería gourmet en el Cantón Salcedo?

Tabla 13-3: Análisis de resultados pregunta 12

| DESCRIPCIÓN | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA RELATIVA |
|-------------|---------------------|---------------------|
| SI | 124 | 91% |
| NO | 13 | 9% |
| Total | 137 | 100% |

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

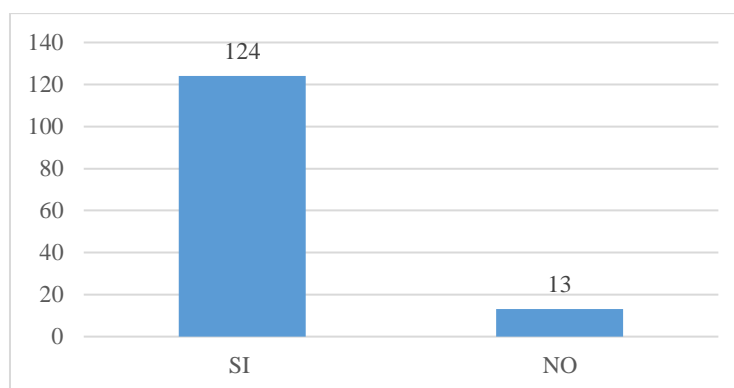


Gráfico 12-3: Corresponde a la tabla pregunta 12

Fuente: Tabla 12-3

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

Análisis descriptivo e interpretativo

El 91% de las personas encuestadas manifiestan su aceptabilidad para la implementación de la pastelería y repostería Gourmet, debido a que resulta ser un establecimiento capaz de otorgar preparaciones de calidad y a la vez llamativos ante la vista del cliente, los negocios que están instalados en la cantón Salcedo no tienden a ofrecer algo distinto sino más bien sus productos se asemejan ya sea por el tipo de decoración o los diseños, con estos datos positivos se procede a continuar con los siguientes estudios para determinar la viabilidad del proyecto.

CAPITULO IV

4. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

El objetivo de la implementación del establecimiento de repostería y pastelería consistió en, partir de una idea que sea capaz de crear una oportunidad de negocio, aparte de esto que esté dispuesto en conseguir los recursos necesarios para luego poner en marcha todo lo inicialmente planteado, sin embargo a pesar de contar con los recursos materiales, es indispensables poseer una idea muy clara, innovadora, en que se debe tener una dedicación intensa, para de esta manera poder encaminar muy bien un negocio con el fin de obtener buenos resultados para el establecimiento de la pastelería y repostería.

Se debe tener en cuenta que una persona emprendedora es quien sin descanso lucha por obtener nuevas ideas y poder cumplir sus sueños y no estará tranquilo hasta que su proyecto que una vez inició progrese. Además, como emprendedor se debe tener la capacidad de manejar, dirigir liderar y controlar su propio negocio, es decir encaminar su empresa hacia el éxito, por lo tanto, también es sinónimo de asumir riesgos, pero con actitud positiva y siempre precavida. Actualmente en la sociedad existen muchos jóvenes que andan en busca de un trabajo, pero a diferencia de otros con un emprendimiento tienen la idea de generar fuente de trabajo a otras personas, tomando en cuenta que formando un buen equipo de trabajo el negocio puede alcanzar los resultados requeridos. La persona emprendedora no descansa, siempre está generando nuevas ideas, actualizando sus conocimientos busca la forma de crear una idea de negocio en donde muchas personas no se dan cuenta que es justamente ahí donde se puede generar ganancias, pero el emprendedor no trabaja con la finalidad de ganar y ganar dinero, sino más bien tener la satisfacción de que con trabajo y dedicación el negocio va evolucionando. El emprendedor es quien impulsa, una idea, un emprendimiento no se encontrará trabajando en relación de dependencia, sino que ser el dueño de su comercio o negocio y quien además de invertir sus recursos asumirá los costos e ingresos totales que del mismo provienen.

4.1. Identificación de la idea

Es importante tener una idea clara del establecimiento que se desea implementar para esto se debe evaluar cuáles son las necesidades que tiene el cliente mediante la utilización de varias nociones para así escoger la opción más indicada.

4.1.1. Lluvia de ideas

En el cuadro que se mostrará a continuación se plasmará varias ideas de tal forma que se pueda escoger la propuesta adecuada y dar comienzo al proceso de emprendimiento

Tabla 1-4: Lluvia de ideas

| IDEAS | CARACTERÍSTICAS | NECESIDAD PROBLEMA QUE SE OFRECE |
|--|---|--|
| 1. Pastelería y Repostería Gourmet en el Cantón Salcedo | A diferencia de las diferentes pastelerías existentes en este cantón el objetivo principal es que se ofrecerá un nuevo estilo gourmet en donde la decoración tanto en la infraestructura del establecimiento como en los diferentes productos en este caso el postre marcará la diferencia en el mercado. Además de esto se utilizará una variedad de frutas en todo lo referente a la elaboración de rellenos, salsas, mermeladas, jaleas, cremas etc. | Crear una nueva propuesta de pastelería y repostería ofreciendo al mercado un producto nuevo, con un excelente sabor texturas agradables, y decoración de cada uno de las preparaciones. |
| 2. Pastelería y Repostería utilizando productos agrícolas andinos. | Se utilizará productos propios de la zona tales como son: zanahoria blanca, haba, arveja: específicamente en la elaboración de masas | Servicio de Alimentación ambiente agradable, personal capacitado en atención al cliente. |
| 3. Pastelería y Repostería utilizando productos amazónicos. | Se utilizará productos propios de la zona tales como son: yuca, verde etc. | Servicio de Alimentación ambiente agradable, personal capacitado en atención al cliente. |

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

4.1.1.1. Selección y evolución de la idea.

Tabla 2-4: Selección y evaluación de la idea

| Criterio ideas | Mercado potencia | Nivel de innovación | Conocimiento técnico | Requerimiento de capital | Tendencia nacional | Total |
|---|-------------------------|----------------------------|-----------------------------|---------------------------------|---------------------------|--------------|
| Pastelería y repostería gourmet en el Cantón Salcedo | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 21 |
| Pastelería y repostería a base de productos agrícolas andinos | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 17 |
| Pastelería y repostería a base de productos amazónicos | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

Tabla 3-4: Valores de evaluación de la idea

| Nulo | Bajo | Medio | Medio alto | Alto |
|------|------|-------|------------|------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

Para evaluar la idea seleccionada se ha tomado en cuenta 5 opciones en las cuales se evaluará con valores del 1-5 en donde 5 tiene el puntaje mayor, aquí se determinará qué idea es la más factible para la implementación del establecimiento.

4.1.1.2. Descripción de la idea seleccionada

En la actualidad las pastelerías y reposterías han marcado tendencia en el mercado, pero como se conoce los productos a ofrecer no causan impacto a los consumidores. Existen varios aspectos que se debe tomar en cuenta para el progreso de un establecimiento, uno de ellos es presentar una decoración con un estilo moderno no solo con la estructura del establecimiento sino también en la decoración y presentación de cada uno de sus productos.

4.1.2. Justificación

Ecuador siendo un país que posee una gran variedad de riqueza por sus suelos los productos que últimamente se elaboran se encuentran reducidos a una lista común y conocida. Ante la ausencia de Pastelerías y Reposterías donde se brinde un ambiente acogedor y tranquilo para disfrutar con las personas que más quieren saboreando un exquisito postre y además de esto se brinde productos innovadores y creativos implementar un establecimiento nuevo a fin de satisfacer las necesidades de nuestros clientes. Es por esto que al crear una nueva propuesta de pastelería mediante la investigación de frutas andinas damos a conocer una nueva propuesta al mercado del Cantón Salcedo, es decir, un producto creativo con buena presentación, exquisito sabor, texturas agradables que deleite el paladar del consumidor. Al disfrutar de un ambiente acogedor donde el cliente se sienta a gusto y conforme con nuestros productos, acompañado de un excelente servicio con personal previamente capacitado tanto en la producción como en el trato amable al cliente estaremos cumpliendo con nuestros objetivos propuestos.

4.1.3. Nombre del emprendimiento

Tabla 4-4: Nombre del emprendimiento

| Atributo de la idea | Original | Descriptiva | Significado | Agradable | Fácil de recordar | Claro | Total |
|----------------------------|-----------------|--------------------|--------------------|------------------|--------------------------|--------------|--------------|
| Delicias de azúcar | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 27 |
| Dulce oasis | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 22 |
| Dulces momentos | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 21 |

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

4.1.4. Descripción de emprendimiento

La Pastelería y Repostería Gourmet “Delicias de azúcar” tiene como objetivo ofrecer a la ciudadanía una variedad de postres utilizando frutas del Cantón Salcedo tales como taxi, uvilla, tomate de árbol y tuna, para la elaboración de rellenos, salsas, cremas, jaleas mermeladas etc. Además de un ambiente cómodo y acogedor junto la mejor atención por parte del personal encargado en las diferentes áreas. Cada uno de los productos será elaborado con los estándares más altos de calidad y procesos de producción previamente estandarizados.

4.1.4.1. Misión

Delicias de Azúcar es una empresa innovadora que se dedica elaborar postres con estilo gourmet, con implementos de decoración indispensables, personal calificado, además de aplicar normas de higiene y manufactura para satisfacer a los más exigentes paladares.

4.1.4.2. Visión

Ser una Pastelería y Repostería Gourmet líder en el mercado del Cantón Salcedo ofreciendo excelentes productos, donde aplicará técnicas de decoración actual y moderna, utilizando tecnología de punta, con personal altamente capacitado, en un periodo de cinco años en el mercado, para cumplir con las expectativas de nuestros clientes.

4.1.4.3. Políticas y estrategias

Tabla 514-4: Identificación de las políticas y estrategias

| POLÍTICAS | ESTRATEGIAS |
|--|--|
| Excelente servicio a nuestros clientes | <input type="checkbox"/> Selección de personal apto para cumplir con su trabajo <input type="checkbox"/> Ofrecer un ambiente tranquilo y acogedor. <input type="checkbox"/> Trato cortés y amable a nuestros clientes |
| Menú amplio y variado | <input type="checkbox"/> Innovación en los productos utilizando frutas andinas propias de la zona. <input type="checkbox"/> Oferta diferente y variada en los productos tales como: tortas, cheese cake, mousses etc. <input type="checkbox"/> Proporcionar al cliente productos sanos con un excelente sabor, textura y decoración. |
| Productos de calidad | <input type="checkbox"/> Selección de materia prima de calidad para la elaboración de los productos. Aplicación de las normas de higiene antes, durante y después del proceso de producción. Aplicación de técnicas y métodos aprendidos durante la carrera de estudios. |

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

4.1.4.4. Valores y principios

VALORES AXIOLOGICOS

Respeto
Amabilidad
Cortesía
Honestidad
Tolerancia
Paciencia
Constancia
Perseverancia
Humildad
Prudencia

VALORES DE TRABAJO

Innovación
Liderazgo
Cooperación
Autenticidad
Puntualidad
Responsabilidad
Lealtad
Colaboración

4.1.4.5. Distintos y ventajas competitivas

Distingos competitivos

- Ofrecer productos diferentes e innovadores (utilización de frutas andinas) a diferencias de las demás pastelerías y reposterías.
- Ofertar precios cómodos y promociones en fechas especiales San Valentín, Día de la Madre, Navidad etc. Con la finalidad de atraer mayor número de clientes.
- Ofrecer productos que llamen la atención a los clientes en cuanto a decoraciones gourmet de tal forma que el cliente sienta atracción y consuma de los mismos.

Ventajas competitivas

- Tener los conocimientos tanto de pastelería y repostería adecuados para poder implementar un negocio diferente y rentable.
- Ser pioneros en la utilización de frutas propias de la zona para elaboración de nuestros postres. Estar ubicados en un sitio céntrico de tal forma que el cliente tenga mejor accesibilidad y se reconozca nuestro establecimiento fácilmente.

4.1.5. Aplicación FODA

Tabla 6-4: Análisis FODA

| ANÁLISIS INTERNO | |
|---|---|
| FORTALEZAS | DEBILIDADES |
| <ul style="list-style-type: none">• Contar con personal capacitado tanto para la producción como para atención y servicio al cliente.• Disponer de maquinaria necesaria para la producción al igual que implementos necesarios para la decoración.• Diseño y decoración única, diferente a la competencia, es decir dar una buena impresión a ingresar a nuestro establecimiento. | <ul style="list-style-type: none">• Ser un negocio nuevo en el mercado y no ser conocido y no estar posicionado en la mente de los consumidores.• Al no contar con un negocio propio, el costo de un local de arriendo es alto por el mismo hecho de estar ubicado en un sitio céntrico. |
| ANÁLISIS EXTERNO | |
| OPORTUNIDADES | AMENAZAS |
| <ul style="list-style-type: none">• La Pastelería y Repostería Gourmet “Delicias de azúcar” estará ubicado en un lugar estratégico donde se observe gran movimiento de posibles clientes de la ciudad.• Disponibilidad de materia prima durante todo el año para la elaboración de los postres. | <ul style="list-style-type: none">• Competencia en el mercado, es decir que existe otras pastelerías en el Cantón Salcedo.• Situación económica del país disminuye el consumo de nuestros productos. |

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

4.2. Estudio de mercado

Se aplicó encuestas para poder determinar cuál es la cantidad de población existente en el Cantón Salcedo, el grado de aceptabilidad, se hará un análisis para poder conocer la oferta y demanda al igual que el mix de mercado: producto, precio, plaza, promoción, para de esta forma realizar una evaluación de costos, beneficios y rentabilidad existente del proyecto.

Tabla 7-4: Fórmula del interés compuesto

| | | |
|---------------------|-------|--------|
| POBLACIÓN | 12488 | |
| $PO (1 + I)^{años}$ | | |
| PO= | 12488 | % |
| I= | 2,67 | 0,0267 |

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

Tabla 815-4: Crecimiento poblacional

| | AÑO | POBLACIÓN | CRECIMIENTO POBLACIONAL | DIFERENCIA |
|----|------|-----------|-------------------------|------------|
| 0 | 2010 | 12488 | 12488 | 0 |
| 1 | 2011 | 12488 | 12821 | 333 |
| 2 | 2012 | 12488 | 13164 | 342 |
| 3 | 2013 | 12488 | 13515 | 351 |
| 4 | 2014 | 12488 | 13876 | 361 |
| 5 | 2015 | 12488 | 14247 | 370 |
| 6 | 2016 | 12488 | 14627 | 380 |
| 7 | 2017 | 12488 | 15018 | 391 |
| 8 | 2018 | 12488 | 15418 | 401 |
| 9 | 2019 | 12488 | 15830 | 412 |
| 10 | 2020 | 12488 | 16253 | 423 |
| 11 | 2021 | 12488 | 16687 | 434 |
| 12 | 2022 | 12488 | 17132 | 446 |

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

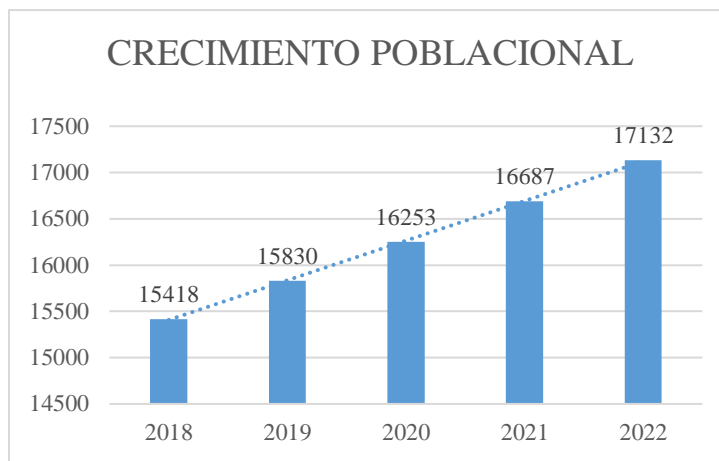


Gráfico 113-4: Crecimiento poblacional

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

En el presente gráfico se puede determinar que la población ha incrementado con el pasar de los años, es decir que esto es favorable a que la Pastelería y Repostería gourmet se pueda implementar en el Cantón Salcedo.

4.2.1. Demanda

Tabla 9-4: Demanda proyectada

| AÑO | POBLACIÓN | CONSUMO | POBLACIÓN OBJETIVO | CONSUMO MENSUAL | DEMANDA PROYECTADA |
|------|-----------|---------|--------------------|-----------------|--------------------|
| 2018 | 15418 | 91% | 14030,38 | 80 | 13469164,80 |
| 2019 | 15830 | 91% | 14405,30 | 80 | 13829088,00 |
| 2020 | 16253 | 91% | 14790,23 | 80 | 14198620,80 |
| 2021 | 16687 | 91% | 15185,17 | 80 | 14577763,20 |
| 2022 | 17132 | 91% | 15590,12 | 80 | 14966515,20 |

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

Al realizar los respectivos cálculos con el gráfico se puede determinar que la demanda proyectada es favorable teniendo un crecimiento progresivo y con una población aceptante.

Tomando en cuenta los años proyectados a partir de 15418 hasta el quinto año que se aspira alcanzar como es a 17132.

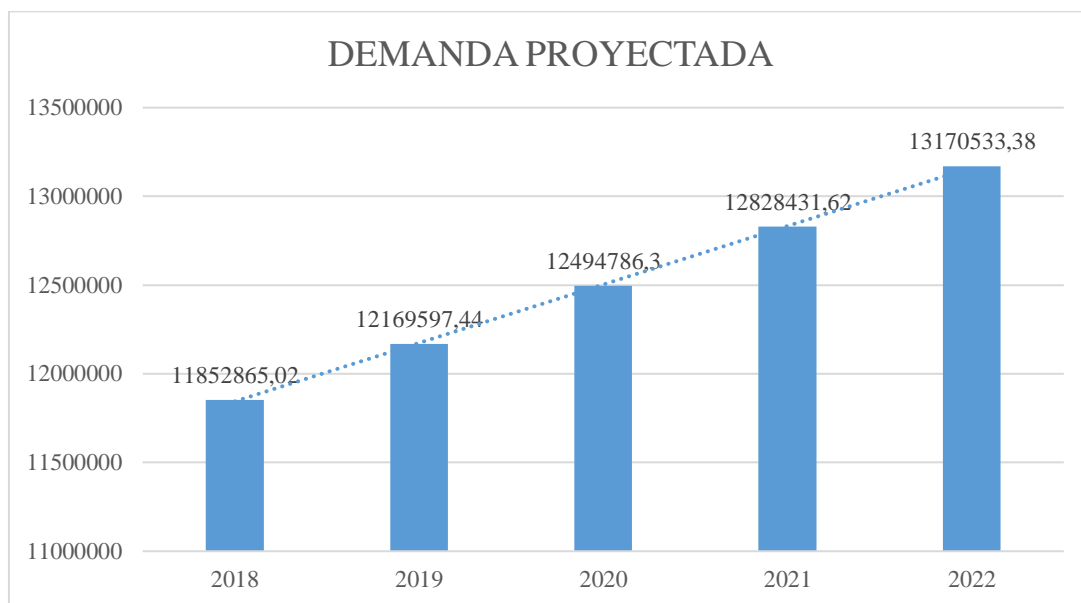


Gráfico 214-4: Demanda proyectada
Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

4.2.2. Oferta

Para poder determinar la oferta proyectada procedemos a utilizar los datos obtenidos de la encuesta realizada donde se identifica si existen otros establecimientos que ofrezcan productos y servicios semejantes al que se va a implementar.

Tabla 10-4: Oferta proyectada

| AÑO | OFERTA LOCAL | OFERTA PROYECTADA |
|------|--------------|-------------------|
| 2018 | 12% | 1616299,78 |
| 2019 | 12% | 1659490,56 |
| 2020 | 12% | 1703834,50 |
| 2021 | 12% | 1749331,58 |
| 2022 | 12% | 1795981,82 |

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

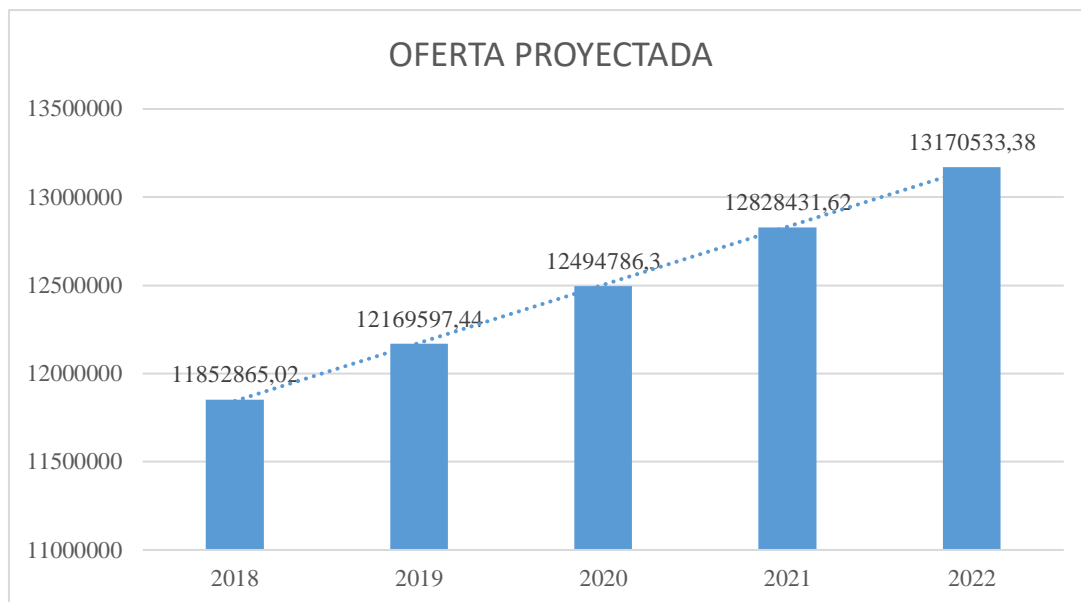


Gráfico 3-4: Oferta proyectada

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

La proyección de la oferta se realizó para 5 años, tomando en cuenta el porcentaje obtenido mediante la aplicación de las encuestas, que fue de un 12%, el mismo que representar a aquellos establecimientos de pastelería y repostería ubicados en el Cantón Salcedo.

4.2.3. Demanda insatisfecha

Para determinar la demanda insatisfecha se realizó una resta entre la demanda proyectada y la oferta proyectada, de esta forma se pudo obtener como resultado la insatisfacción al segmento de mercado al cual se encuentra enfocado la investigación.

Tabla 11-4: Demanda insatisfecha

| AÑO | DEMANDA INSATISFECHA |
|------|----------------------|
| 2018 | 11852865,02 |
| 2019 | 12169597,44 |
| 2020 | 12494786,30 |
| 2021 | 12828431,62 |
| 2022 | 13170533,38 |

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

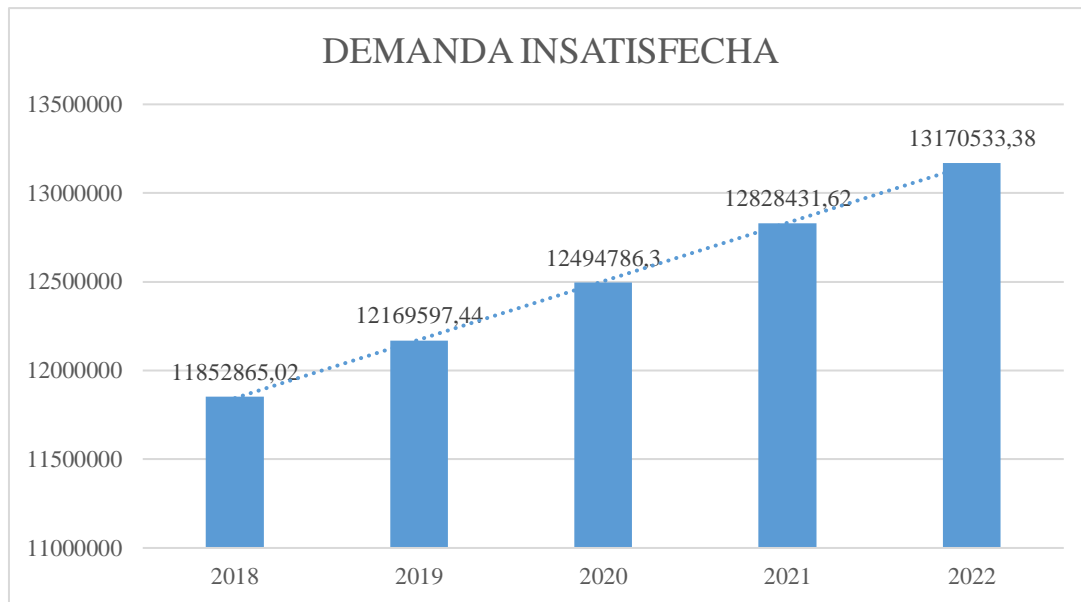


Gráfico 4-4: Demanda insatisfecha
 Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

Al realizar el cálculo de la demanda y oferta se puede observar que la demanda es mayor a la oferta por lo que se puede determinar que si existe demanda insatisfecha de más del 50%, por lo que se puede determinar que el proyecto tiene viabilidad y es factible continuar con los siguientes estudios.

4.2.4. Mix de mercado

4.2.4.1. Producto

El producto que se va a ofrecer en el establecimiento es innovador ya que, al utilizar frutas propias del Cantón Salcedo para salsas, rellenos, jaleas y mermeladas, aporta a que el mercado conozca aún más de los beneficios y de los distintos sabores que puede tener, esto le dará un valor agregado al producto y por ende el consumo por parte de la ciudadanía será aún mayor, debido a que los precios son bajos es decir totalmente accesible.

Slogan

“UN DULCE PLACER”

Logotipo de la empresa



Figura 1-4: Logotipo de la empresa
Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

Colores de la empresa

Turquesa: El color azul turquesa simboliza la calma que se necesita para llegar a la inspiración, la verdad fundamental que se requiere para tener paz interior;

Amarillo: Incrementa la alegría y el afecto. Incentiva la comunicación

Fucsia: Se podría decir que representa el glamour. Es un color delicado, pero con una mayor elegancia, al alejarse un poco del rosa puro y tener más tonalidad de rojo. Del mismo modo al contraste con colores claros resalta en la publicidad.

Rojo: Estimula nuestro apetito, los chefs más prestigiosos por-4 costumbre suelen incluirlos siempre en casi todos sus platos, ya que es un color intenso que llama la atención a la hora de comer, además proporciona a la persona energía, elevando el ritmo respiratorio y saborear de un delicioso manjar.

Naranja: Asociado mayormente a alimentos cítricos que hacen de referencia una vida saludable. Este color tiene el poder de activar nuestro organismo, lo que ocasiona la necesidad repentina de comer y una creciente hambre, mientras nuestro cerebro está siendo influenciado mentalmente.

Identificación corporativa



Figura 2-4: Identificación corporativa
Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

4.2.4.2. Precio

El precio que se asignará al producto irá de acuerdo al estudio financiero del emprendimiento, se tomará en cuenta también la competencia, de esta forma el cliente podrá reconocer y pagar por un producto innovador a un precio justo, utilizando materia prima de calidad, al igual que todo el proceso de elaboración estará a cargo de personal altamente calificado, los mismos que dispondrá de conocimiento ya sea en procesos y manejo de las buenas prácticas de manufactura.

4.2.4.3. Plaza o distribución

El lugar en donde estará ubicado el establecimiento será en un sitio céntrico del Cantón Salcedo esto ayudará a captar a la mayoría de los consumidores. El canal de distribución que se ha tomado en cuenta será de forma directa del productor al cliente no será necesario un intermediario para distribuir el producto, de esta manera se garantiza al cliente un mejor servicio y de las mismas formas posee un conocimiento sobre sus expectativas en cuanto al producto.

4.2.4.4. Promoción

Se utilizará varios medios de publicidad tales como redes sociales, radio, televisión, con la finalidad de promocionar los productos. Se utilizará promociones en días especiales tales como el Día de la madre, San Valentín, Navidad, dependiendo de la ocasión se utilizará varias estrategias para que el cliente consuma aún más de nuestros productos.

4.2.5. Análisis del sector

La Pastelería y Repostería Gourmet” Delicias de Azúcar” una vez que se han aplicado las encuestas a la ciudadanía, se ha determinado que este establecimiento debe estar ubicado en un sitio central, en este caso se ha tomado en cuenta el Parque Central del cantón debido a que es un lugar estratégico en donde la mayoría de habitantes conocen y existe gran afluencia de personas.

Es importante determinar también la competencia directa y la competencia indirecta que se encuentra en los alrededores del sector.

Competencia Directa

Las tortas de Don Jerez

Las tortas del Parque

Panadería y Repostería Su buen Pan

Panadería Esquí Sabor

Panadería y Pastelería Dulce Pan

Competencia Indirecta

Heladería Michita

Real Ice Cream

Cafetería Servitec Salcedo

Tuna Café

Café Tradición

Ivonndy de Salcedo Ice Cream

Gelats Salcedo

4.2.6. Cargos y funciones del área comercial

El área comercial corresponde a las diferentes actividades y funciones que debe cumplir en personal que se encuentra el área de ventas o de servicio, para esto se debe considerar las distintas responsabilidades y obligaciones.

Tabla 12-4: ficha profesiográfica de servicio

| PUESTO | | | | |
|---|--|--|----------------------------|------------------------------|
| Puesto de trabajo | Cajero- Mesero | | | |
| Código de puesto | 003 | | | |
| Formación | Contador | | | |
| Experiencia | 6 meses | | | |
| Aptitudes | Responsable, puntual, ordenado | | | |
| Actitudes | Amable, Cortes, atento | | | |
| Descripción del proceso productivo que se desempeña en el puesto de trabajo | FLUJOGRAMA DE ACTIVIDADES | | | |
| | Área de trabajo: Contabilidad | Código de área: | Elaborado por Chef: | Aprobado por gerente. |
| | | | | Fecha: |
| | N° act. | Actividades | | |
| | 01 02 03 04 05 06 07 | Abrir la caja registradora Atender público y realizar cobros. Informar sobre promociones a los clientes Entregar pedidos en el área de repostería Realizar el cierre la caja Cuadrar la caja y contabilidad de dinero Identificar y solucionar problemas en la atención de los clientes | | |
| Tarea y funciones que realiza en el puesto. | Abrir la caja registradora y realizar cobros de productos. | | | |
| Útiles, herramienta o maquinaria de trabajo a utilizar | Computador, caja, calculadora, útiles de aseo para limpieza del área | | | |
| Exigencias funcionales | Contabilidad General | | | |
| Competencia | Administrador | | | |
| Capacitación | Conocimientos contabilidad | | | |
| Horario de trabajo | 09:00 – 17:00 | | | |

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

4.2.7. Determinación de inversiones

Tabla 13-4: Muebles y enseres del área comercial

| BIEN | CANTIDAD | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL |
|-------------------------------------|----------|-----------------|-----------------|
| MUEBLES Y ENSERES | | | |
| MUEBLES Y ENSERES PRODUCCIÓN | | | |
| MESA DE TRABAJO | 1 | 180,00 | 180,00 |
| MUEBLES Y ENSERES VENTAS | | | |
| MESAS DE METAL Y VIDRIO | 2 | 55,00 | 110,00 |
| SILLAS TIFANI | 8 | 11,00 | 88,00 |
| BARRA DE METAL DOBLE FUNCION | 1 | 210,00 | 210,00 |
| SOFAS | 4 | 180,00 | 720,00 |
| AXHIBIDOR DE POSTRES | 2 | 800,00 | 1.600,00 |
| ROTULO DE 1,50POR 90 CM | 1 | 150,00 | 150,00 |
| TOTAL | | 1.586,00 | 3.058,00 |

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

4.2.8. Gastos del área comercial

Tabla 14-4: Costos del área comercial

| GASTO PROMOCIÓN | | |
|-------------------------|----------|--------------|
| TIPO | CANTIDAD | C.ANUAL |
| CARTA MENÚ | 5 | 20,00 |
| TARJETA DE PRESENTACIÓN | 1000 | 35,00 |
| GIGANTOGRAFIAS | 2 | 2,00 |
| FACEBOOK | 1 | 0,00 |
| PAGINA WEB | 1 | 0,00 |
| TOTAL | | 55,00 |

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

4.3. Estudio técnico

El estudio técnico conforma los aspectos técnicos y operativos, necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio deseado y en el cual se analizan la determinación del tamaño óptimo del lugar de producción, localización, instalaciones y organización requeridas.

4.3.1. Determinación de tamaño

Tabla 15-4: Determinación del tamaño de planta

| CI=CR+CO | |
|------------------------|----|
| CR=Capacidad real | 27 |
| CO=Capacidad ociosa | 13 |
| CI=Capacidad instalada | 40 |
| 40=27+13 | |

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

Análisis

Con la aplicación de la fórmula se pudo establecer que el establecimiento posee una capacidad instalada de 40 pax diarios, este dato obtenido de la suma de la capacidad real más la capacidad ociosa, con estos datos se puede establecer la capacidad que posee el establecimiento para realizar el proceso de producción.

4.3.2. Capacidad del emprendimiento

Tabla 16-4: Capacidad del emprendimiento

| TIPO DE RECETA ESTÁNDAR | CANTIDAD DIARIA | CANTIDAD SEMANAL | CANTIDAD MENSUAL | CANTIDAD ANUAL |
|--|------------------------|-------------------------|-------------------------|-----------------------|
| CHEESE CAKE EN SALSA DE UVILLA | 2 | 12 | 48 | 576 |
| BRAZO GITANO CON RELLENO DE MORA | 3 | 18 | 72 | 864 |
| TORTA HUMEDA DE CHOCOLATE RELLENA CON SALSA DE FRESA | 4 | 24 | 96 | 1.152 |
| MOUSSE DE MARACUYÁ CON SALSA DE TUNA | 2 | 12 | 48 | 576 |
| MOUSSE DE UVILLA CON SALSA DE FRESA | 2 | 12 | 48 | 576 |
| TORTA HUMEDECIDA ALMIBAR DE TUNA | 3 | 18 | 72 | 864 |
| BIZCOCHO DE VAILLA EN CREMA DE NARANJA | 1 | 6 | 24 | 288 |
| ALFAJORES RELLENOS DE CREMA DE CHOCOLATE NEGRO | 8 | 48 | 192 | 2.304 |
| TARDALETAS CON GALEA DE TOMATE | 7 | 42 | 168 | 2.016 |
| SUSPIRO DE TAXO | 5 | 30 | 120 | 1.440 |
| SUSPIRO DE UVILLA | 4 | 24 | 96 | 1.152 |
| SEMI FRÍO DE TAXO | 1 | 6 | 24 | 288 |
| SEMI FRÍO DE TUNA | 1 | 6 | 24 | 288 |
| ESFERAS RELLENAS DE CREMOSO DE MORA | 6 | 36 | 144 | 1.728 |
| ESFERAS RELLENAS DE CREMOSO DE MARACUYA | 5 | 30 | 120 | 1.440 |
| MILKSHAKE DE TAXO | 5 | 30 | 120 | 1.440 |
| MILKSHAKE MORA | 6 | 36 | 144 | 1.728 |
| MILKSHAKE OREO | 3 | 18 | 72 | 864 |
| CAFÉ | 3 | 18 | 72 | 864 |
| MOCA CHOCOLATE | 5 | 30 | 120 | 1.440 |
| TOTAL | 76 | 456 | 1.824 | 21.888 |

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

4.3.3. Localización



Figura 3-4: Localización

Fuente: Mapas Ecuador, Google maps

Descripción

a) Macro localización

País: Ecuador

Región: Sierra

Provincia: Cotopaxi

b) Micro localización

Cantón: Salcedo

Zona: Urbana

Sector: Parque Central del Cantón Salcedo

Dirección: García Moreno y Sucre

4.3.4. Proceso de producción

a. Recepción y Almacenamiento de materia prima

Debemos concertar las características de calidad con los proveedores, los cuales estarán debidamente homologados, especialmente los suministradores de productos sensibles, como huevos. No deberán admitirse productos de dudosa procedencia o sin garantía sanitaria reconocida (huevos caseros, miel sin etiquetar, leche cruda, etc.). Debemos controlar que las etiquetas cumplen con los requisitos legales (identificación, fechas de caducidad o consumo

preferente, condiciones de conservación, etc.). Que las condiciones higiénicas y de temperatura del transporte son las más adecuadas para cada tipo de producto. En general, de 0 a 5 °C para productos refrigerados y -18 °C para los congelados. Que los envases y embalajes están intactos y limpios.

b. Horneado.

Durante el horneado o cocción de los productos han de tenerse en cuenta los siguientes aspectos: Se aplicarán en todo momento buenas prácticas de higiene. Deben respetarse las temperaturas recomendadas para cada producto para asegurar su esterilización.

c. Enfriamiento

El enfriamiento de los productos horneados o cocidos debe ser rápido y suficiente, especialmente cuando el siguiente paso es la adición de otro ingrediente.

d. Rebanado, relleno y decoración

Durante el relleno, montaje y decoración de los productos se extremarán al máximo las medidas de higiene, se evitará en lo posible el contacto con las manos y se utilizarán utensilios adecuados y debidamente limpios y desinfectados.

Estas operaciones se realizarán en superficies debidamente desinfectadas y en zonas aisladas del resto.

e. Envasado y distribución

Deberán utilizarse materiales de envasado adecuados y éstos deben encontrarse perfectamente limpios y desinfectados.

La zona de envasado debe estar aislada del resto. Cuando se proceda a la distribución ha de tenerse en cuenta si el producto necesita someterse a una temperatura controlada (refrigeración o congelación).

Para el transporte y distribución de productos que requieran cadena de frío. (Productos sensibles con nata, yema, trufa, etc.) Se utilizarán vehículos isoterms para distancias cortas o frigoríficos en el caso de tener que efectuar desplazamientos más largos

f. Exposición y Venta

Los productos expuestos estarán protegidos y aislados del público mediante mostradores o vitrinas para evitar contaminaciones, éstos se mantendrán en perfectas condiciones de higiene y estarán incluidos en el plan de limpieza y desinfección. Los productos sensibles se mantendrán en expositores refrigerados a una temperatura entre 4 y 8 Los expositores estarán provistos de

termómetros y las temperaturas se controlarán periódicamente. Los productos se manipularán con utensilios limpios (pinzas, paletas, etc.) y nunca directamente con las manos

4.3.4.1. Diagrama de flujo

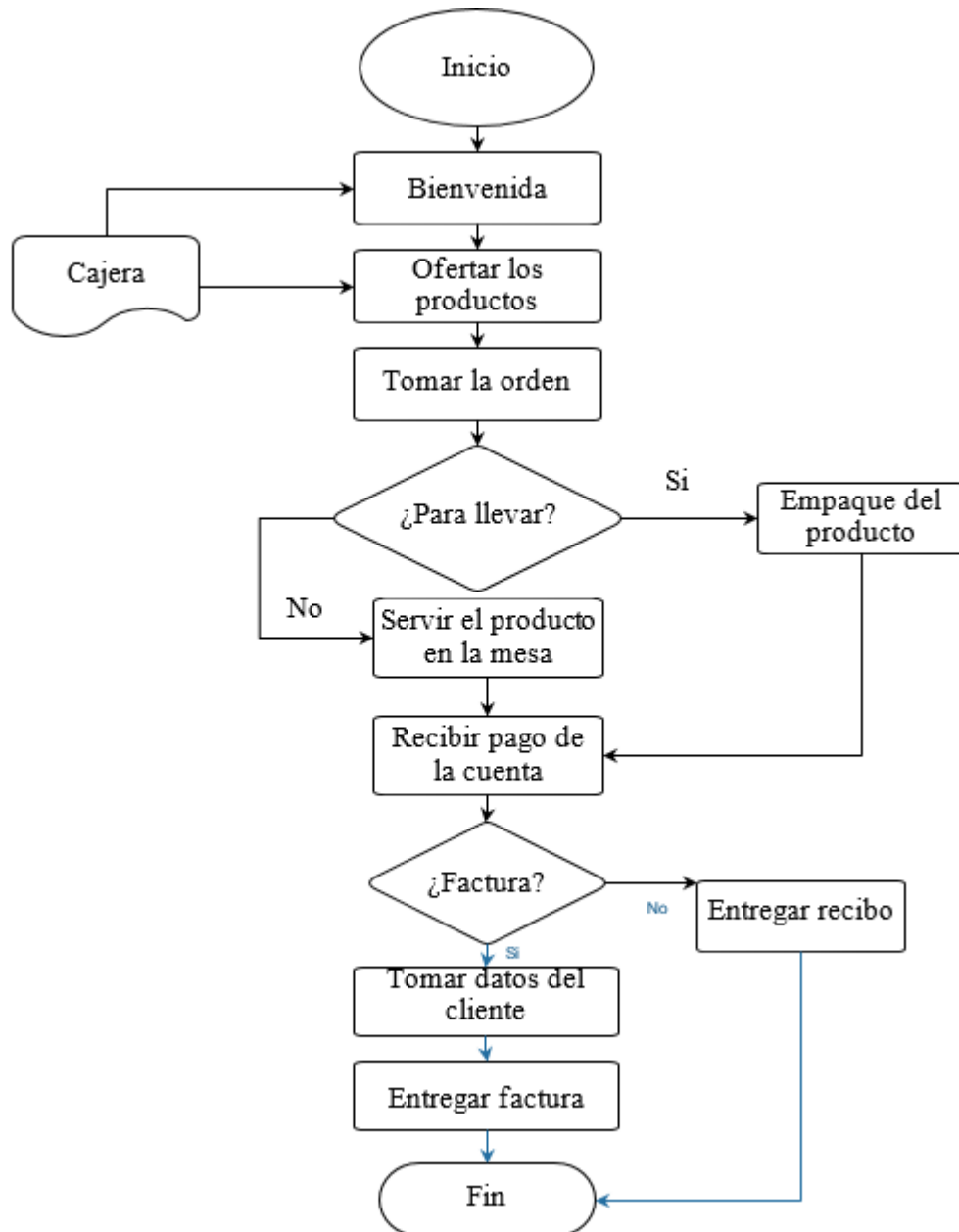


Gráfico 5-4: Diagrama de servicio
Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

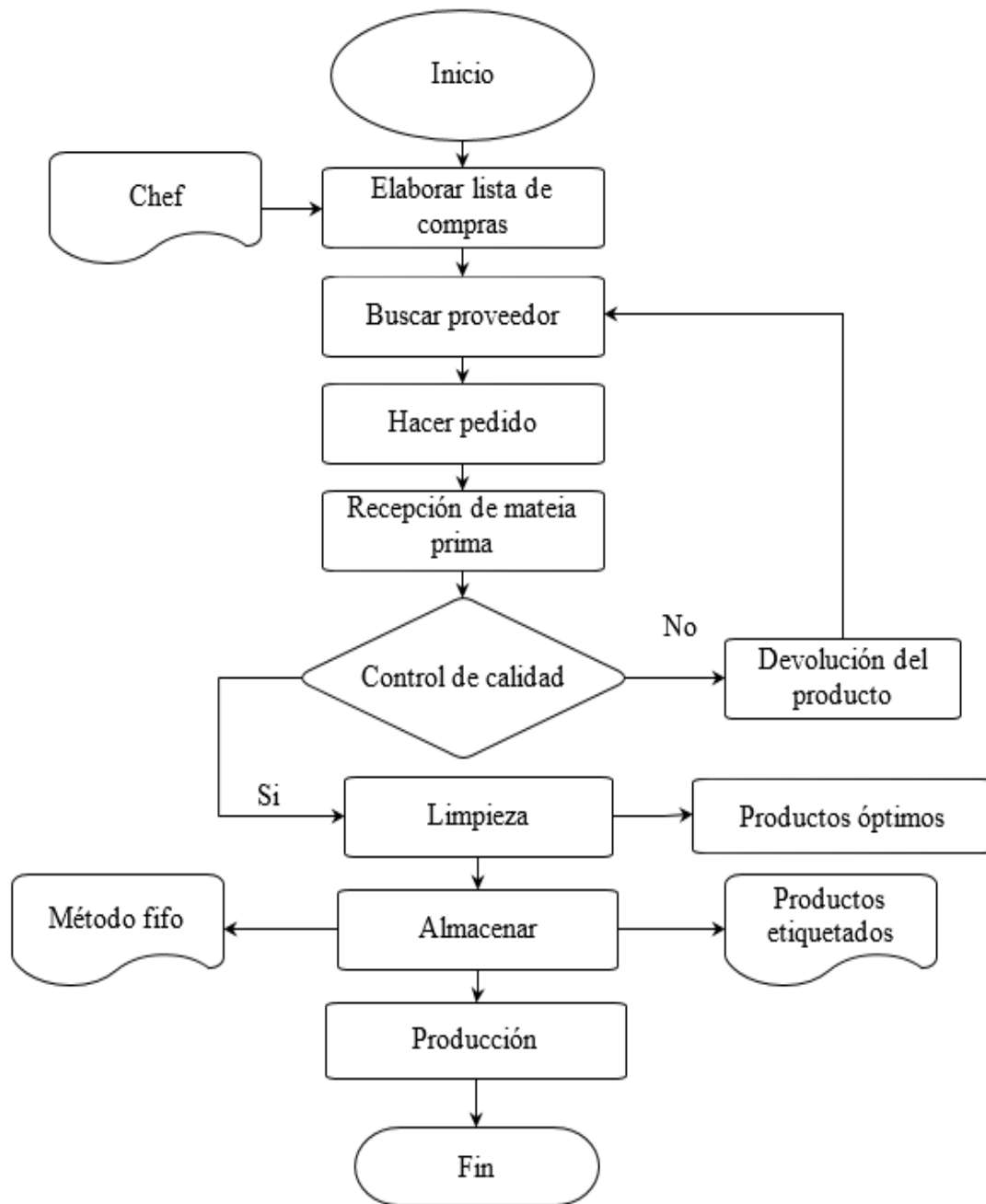


Gráfico 6-4: Diagrama de ventas
 Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

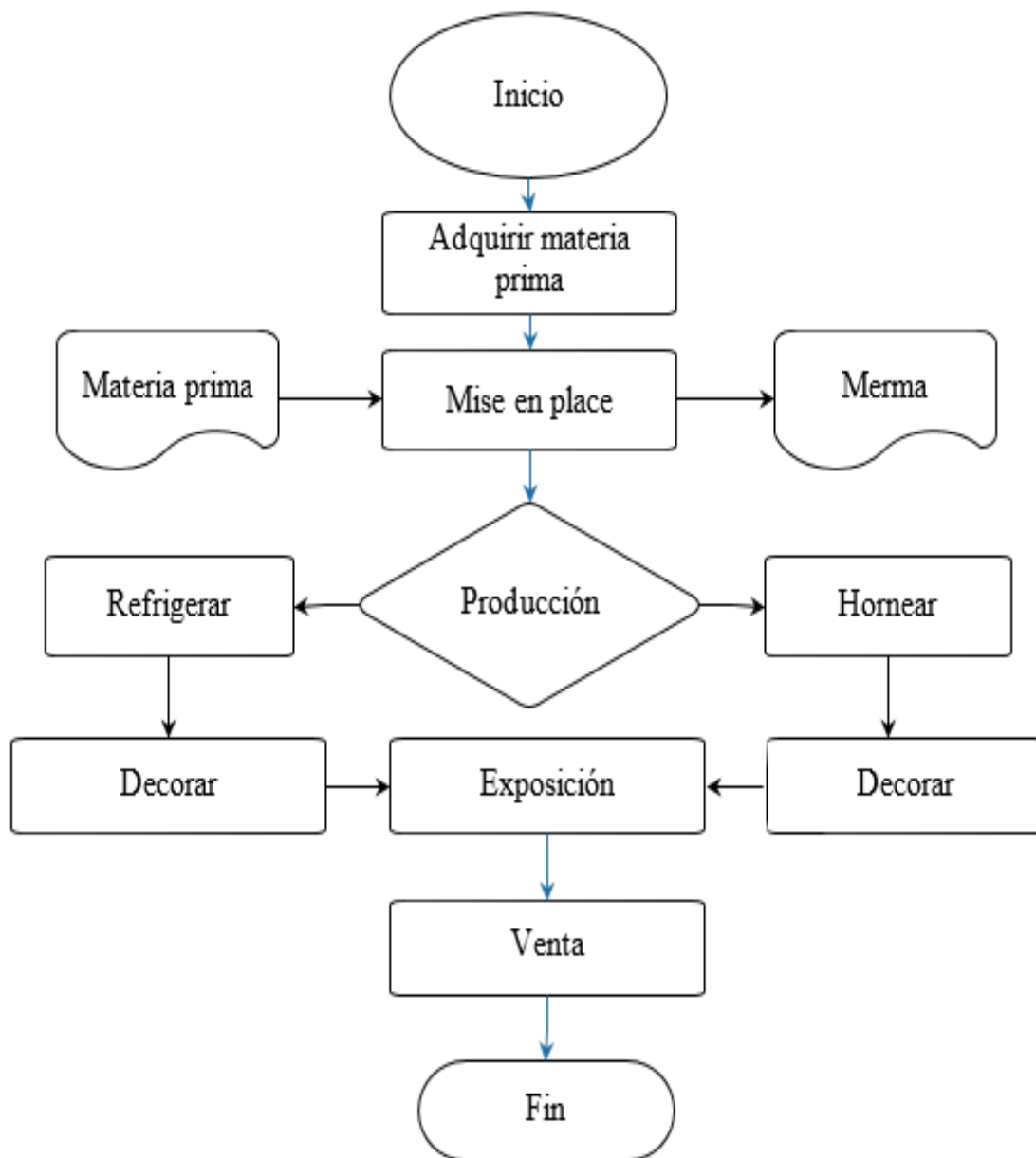


Gráfico 7-4: Diagrama de producción
 Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

4.3.4.2. Receta estándar

Tabla 17-4: Receta estándar

| ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR | | | | | | | | | | |
|---|------------------|----------|----------------|----------------------------|---------------|---------------------|--|--------------------|-----------|--------|
| NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: TORTA HUMEDA DE CHOCOLATE RELLENA CON | | | | | | | | | | 1 |
| TIPO DE MENÚ | BOCADITO | ENTRADA | PLATO FUERTE X | POSTRE | MENÚ COMPLETO | OTROS (especificar) | TORTA HUMEDA DE CHOCOLATE RELLENA CON SALSA DE FRESA | | | |
| CONSERVACIÓN | ambiente | | refrigeración | X | congelación | | otros | | | |
| Siglas Menú Completo | PRODUCTO | CANTIDAD | UNIDAD | MISE EN PLACE | CORTE | MÉTODO DE COCCIÓN | cantidad | unidad | costo uni | PRECIO |
| | Harina | 400 | g | tamizar | | indirecto | 454 | lb | 0,5 | 0,44 |
| | Azúcar | 400 | g | | | indirecto | 454 | lb | 0,5 | 0,44 |
| | Café | 6 | g | | | indirecto | 200 | g | 1,2 | 0,04 |
| | Cocoa amarga | 50 | g | tamizar | | indirecto | 1 | lb | 3,2 | 0,35 |
| | Polvo de hornear | 6 | g | tamizar | | indirecto | 1 | lb | 2,5 | 0,03 |
| | Bicarbonato | 10 | g | tamizar | | indirecto | 100 | ml | 0,5 | 0,05 |
| | Leche | 200 | ml | | | indirecto | 1000 | ml | 0,9 | 0,18 |
| | Agua | 200 | ml | | | seco | | | | 0,00 |
| | Aceite | 200 | ml | | | indirecto | 1 | lt | 1,5 | 0,30 |
| | Huevos | 3 | u | cascar | | indirecto | 1 | unidad | 0,1 | 0,30 |
| | Fresa | 200 | g | | | húmedo | 1 | lb | 1 | 0,44 |
| | Azúcar | 100 | g | | | húmedo | 1 | lb | 0,5 | 0,11 |
|  | | | | CÁLCULOS RESULTADOS | | IMPREVISTOS | | C. VARIABLE | | |
| | | | | C.I.F 30% (PV) | 2,46 | | 7% | % VARIOS | 0,19 | |
| | | | | $\sum C.P = CxP +$ | 5,33 | | | TOTAL | 2,87 | |
| | | | | $U1 = PV - \sum CP$ | 2,87 | | | C. PAX | 2,87 | |
| | | | | $U2 = P.V.S - PV$ | 0,00 | | 35% | C.M.P O VENTA | 0,35 | |
| | | | | $U \text{ neta} = U1 +$ | 2,87 | | | P.V. | 8,20 | |
| | | | | | | | | P.V.P | 8,20 | |

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

4.3.5. Requerimiento humano

Área de producción

Tabla 18-4: Ficha profesiográfica del área de producción

| PUESTO | | | | | | | | | |
|---|--|---------------------------------------|----------------------------|------------------------------|------------------------------|--|--|--|---------------|
| Puesto de trabajo | Pastelero | | | | | | | | |
| Código de puesto | 002 | | | | | | | | |
| Formación | Chef | | | | | | | | |
| Experiencia | Máximo 2 años | | | | | | | | |
| Aptitudes | Innovador, responsable, rapidez, puntual | | | | | | | | |
| Actitudes | Optimista, perseverante, activo | | | | | | | | |
| Descripción del proceso productivo que se desempeña en el puesto de trabajo | FLUJOGRAMA DE ACTIVIDADES | | | | | | | | |
| | <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 25%;">Área de trabajo: Pastelería</td> <td style="width: 25%;">Código de área:</td> <td style="width: 25%;">Elaborado por Chef:</td> <td style="width: 25%;">Aprobado por gerente.</td> </tr> <tr> <td colspan="3"></td> <td>Fecha:</td> </tr> </table> | Área de trabajo: Pastelería | Código de área: | Elaborado por Chef: | Aprobado por gerente. | | | | Fecha: |
| | Área de trabajo: Pastelería | Código de área: | Elaborado por Chef: | Aprobado por gerente. | | | | | |
| | | | | Fecha: | | | | | |
| | N° act. | Actividades | | | | | | | |
| 01 | Dirige, controla, planifica y coordina las tareas en la pastelería | | | | | | | | |
| 02 | Planifica y distribuye el trabajo diario | | | | | | | | |
| 03 | Vigila y controla la elaboración de masas y | | | | | | | | |
| 04 | batidos | | | | | | | | |
| 05 | Verificar la calidad materia prima | | | | | | | | |
| 06 | Elaborar diferentes postres previamente planificados | | | | | | | | |
| 06 | Realizar decoraciones gourmet para los diferentes postres | | | | | | | | |
| Tarea y funciones que realiza en el puesto. | Elabora postres y decoraciones para los postres, control de temperaturas, llevar el uniforme completo en toda la jornada laboral, aplicar normas de higiene. | | | | | | | | |
| Útiles, herramienta o maquinaria de trabajo a utilizar | Batidora kitchen, cocina, espátulas, varilla, balanzas, licuadora, ralladores, silpad boquillas, mangas moldes, horno, bandejas, pirex, medidores, jarras, bolillo, carta pastas, | | | | | | | | |
| Exigencias funcionales | Organizado, puntual, creativo. | | | | | | | | |
| Competencia | Chef pastelero | | | | | | | | |
| Capacitación | Conocimiento en técnicas de vanguardia Chocolatería Fondant Masas | | | | | | | | |
| Horario de trabajo | 08:00 – 16:00 | | | | | | | | |

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

Tabla 19-4: Ficha profesiográfica de ayudante de cocina

| PUESTO | | | | |
|---|---|-----------------|---------------------|-----------------------|
| Puesto de trabajo | Ayudante de Pastelería | | | |
| Código de puesto | 002 | | | |
| Formación | Bachiller | | | |
| Experiencia | 6 meses | | | |
| Aptitudes | Responsable, rápido, puntual, comedido. Leal | | | |
| Actitudes | Positivo, deseo de mejorar, constante | | | |
| Descripción del proceso productivo que se desempeña en el puesto de trabajo | FLUJOGRAMA DE ACTIVIDADES | | | |
| | Área de trabajo: | Código de área: | Elaborado por Chef: | Aprobado por gerente. |
| | Pastelería | | | |
| | | | Fecha: | |
| | N° act. | Actividades | | |
| 01 | Sustituye al chef pastelero en su ausencia. | | | |
| 02 | Recibir órdenes del chef pastelero. | | | |
| 03 | Realiza el mise in place de masas. | | | |
| 04 | Prepara salsas, jaleas, mermeladas, rellenos. | | | |
| 05 | Ejecuta el arreglo y limpieza de la pastelería. | | | |
| Tarea y funciones que realiza en el puesto. | -Misen place de masas y elaboración de salsas -Limpieza -Control de temperaturas -Llevar el uniforme completo y limpio | | | |
| Útiles, herramienta o maquinaria de trabajo a utilizar | -Batidora kitchen, cocina, espátulas, varilla, balanzas, licuadora, ralladores, silpax boquillas, mangas moldes, horno, bandejas, pairex, medidores, jarras, bolillo, carta pastas, | | | |
| Exigencias funcionales | Organizado, puntual, creativo. | | | |
| Competencia | Pastelero | | | |
| Capacitación | Conocimientos básicos de pastelería | | | |
| Horario de trabajo | 08:00 – 16:00 | | | |

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

4.3.6. Diseño de la planta

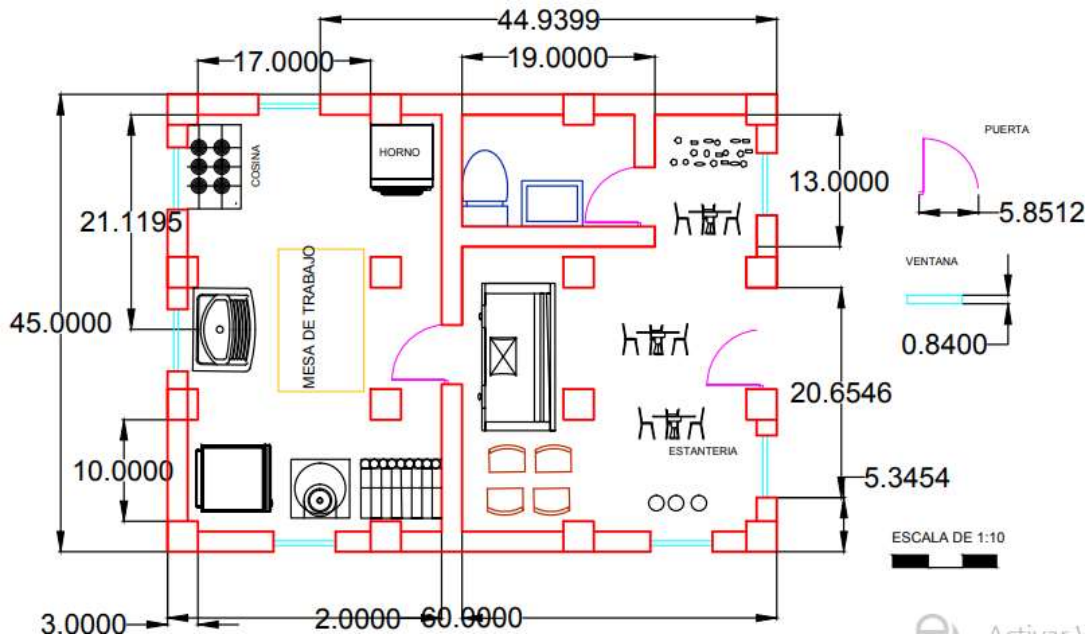


Figura 4-4: Diseño de planta
Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

Análisis

El establecimiento de pastelería y repostería gourmet “delicias de azúcar”, cuenta con tres áreas, la primera corresponde al área de ventas, donde el cliente pueda hacer el pedido y consumo de los productos que es establecimiento se encuentra ofertando; la segunda es área de producción, es aquí donde se lleva a cabo todo el proceso, vigilando temperaturas, métodos de cocción, decoraciones, entre otras actividades; y finalmente se encuentra el área de almacenamiento considerado el más importante debido a que ello depende la conservación de la materia prima.

4.3.7. Estructura de costos y gastos

Consumo de servicios básicos

Tabla 20-4: Consumo de servicios básicos

| SERVICIOS BÁSICOS | | | | | | |
|--------------------------|-----------------|--------------|---------------|--------------|-------------------|--------------|
| TIPO | CANTIDAD | VALOR | UNIDAD | COSTO | TRIMESTRAL | ANUAL |
| Luz | 180 | 0,13 | kw/h | 23,46 | 70,38 | 281,52 |
| Teléfono | 150 | 0,09 | mm | 13,50 | 40,5 | 162 |
| Internet | ilimitado | 25,00 | Megas | 25,00 | 75 | 300 |
| Agua | 31 | 0,30 | m3 | 9,30 | 27,90 | 111,60 |
| TOTAL | | | | 71,26 | 213,78 | 855,12 |

| 100% DEL COSTO | PRODUCCIÓN 50% | ADMINISTRACIÓN 25% | VENTAS 25% |
|-----------------------|-----------------------|---------------------------|-------------------|
| 855,12 | 427,56 | 213,78 | 213,78 |

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

Combustible

Tabla 21-4: Combustible

| COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES | | | | | | |
|-----------------------------------|---------------------|----------------------|-------------------|---------------------|------------------------|-------------------|
| COMBUSTIBLES | CANT SEMANAL | CANT. MENSUAL | COST UNIT. | COST MENSUAL | COST TRIMESTRAL | COST ANUAL |
| GAS DOMÉSTICO | 2 | 8 | 3,00 | 24,00 | 72,00 | 288,00 |
| GAS INDUSTRIAL | | | | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| TOTAL | | | | | 72,00 | 288,00 |

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

Costos de mantenimiento

Tabla 22-4: Manteniendo

| MANTENIMIENTO | | | | | |
|--|-----------------|---------------|------------------|--------------|--------------------|
| mantenimiento de equipos, maquinarias o instalaciones | cantidad | tiempo | proveedor | costo | costo anual |
| Batidora kitchen aid capacidad 4.7 litros, rec. acero inox | 1 | 1 año | fritega | 20,00 | 20,00 |
| refrigerador congelador puerta de vidrio 400 litros | 1 | 1 año | credimundo | 20,00 | 20,00 |
| horno de 6 latas acero inoxidable aisi 430 y aisi 304 | 1 | 1 año | andino | 10,00 | 10,00 |
| refrigerador panoramico tipo exhibidor | 1 | 1 año | credimundo | 10,00 | 10,00 |
| microondas lg ms1142x | 1 | 1 año | credimundo | 10,00 | 10,00 |
| cocina industrial de 4 quemadores | 2 | 1 año | fritega | 10,00 | 20,00 |
| total | | | | 80,00 | 160,00 |

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

Depreciación

Tabla 23-4: Depreciación

| DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS | | | | |
|-----------------------------------|-----------------|------------------|-----------------------|--------------------------------|
| BIEN | VALOR | AÑOS VIDA | VALOR RESIDÚAL | VALOR A DEPRECIAR ANUAL |
| MAQUINARIA Y EQUIPOS | 4.260,00 | 10 | 426,00 | 383,40 |
| EQUIPO DE CÓMPUTO | - | 3 | - | - |
| MUEBLES Y ENSERES | 4.432,00 | 10 | 443,20 | 398,88 |
| TOTAL | 8.692,00 | | 869,20 | 782,28 |

| BIEN | VALOR | % | PRODUCCIÓN | % | VENT. | ADMINISTRACIÓN |
|----------------------------|--------------|----------|-------------------|----------|--------------|-----------------------|
| MAQUINARIA Y EQUIPO | 383,40 | 100% | 383,40 | 0% | - | |
| MUEBLES Y ENSERES | 398,88 | 27% | 108,89 | 72,70% | 289,99 | |
| EQUIPO DE CÓMPUTO | | | | | | 100% |

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

4.3.7.1. Materia prima

Tabla 24-4: Materia prima

| TIPO DE RECETA ESTÁNDAR | CANT. DIARIA | CANT. SEMANAL | CANT. MENSUAL | CANT. ANUAL | COST POR PAX | COSTO TOTAL ANUAL |
|--|--------------|---------------|---------------|---------------|--------------|-------------------|
| CHEESE CAKE EN SALSA DE UVILLA | 2 | 12 | 48 | 576 | 4,54 | 2.615,29 |
| BRAZO GITANO CON RELLENO DE MORA | 3 | 18 | 72 | 864 | 2,92 | 2.520,43 |
| TORTA HUMEDA DE CHOCOLATE RELLENA CON SALSA DE FRESA | 4 | 24 | 96 | 1.152 | 2,87 | 3.307,40 |
| MOUSSE DE MARACUYÁ CON SALSA DE TUNA | 2 | 12 | 48 | 576 | 3,41 | 1.964,04 |
| MOUSSE DE UVILLA CON SALSA DE FRESA | 2 | 12 | 48 | 576 | 3,54 | 2.038,00 |
| TORTA HUMEDECIDA ALMIBAR DE TUNA | 3 | 18 | 72 | 864 | 2,54 | 2.192,96 |
| BIZCOCHO DE VAILLA EN CREMA DE NARANJA | 1 | 6 | 24 | 288 | 2,42 | 696,37 |
| ALFAJORES RELLENOS DE CREMA DE CHOCOLATE NEGRO | 8 | 48 | 192 | 2.304 | 0,19 | 431,43 |
| TARLETAS CON GALEA DE TOMATE | 7 | 42 | 168 | 2.016 | 0,06 | 126,76 |
| SUSPIRO DE TAXO | 5 | 30 | 120 | 1.440 | 0,03 | 48,92 |
| SUSPIRO DE UVILLA | 4 | 24 | 96 | 1.152 | 0,03 | 39,14 |
| SEMI FRÍO DE TAXO | 1 | 6 | 24 | 288 | 0,23 | 66,23 |
| SEMI FRÍO DE TUNA | 1 | 6 | 24 | 288 | 0,22 | 62,86 |
| ESFERAS RELLENAS DE CREMOSO DE MORA | 6 | 36 | 144 | 1.728 | 0,39 | 671,40 |
| ESFERAS RELLENAS DE CREMOSO DE MARACUYA | 5 | 30 | 120 | 1.440 | 0,44 | 627,38 |
| MILKSHAKE DE TAXO | 5 | 30 | 120 | 1.440 | 0,71 | 1.016,27 |
| MILKSHAKE MORA | 6 | 36 | 144 | 1.728 | 0,75 | 1.302,73 |
| MILKSHAKE OREO | 3 | 18 | 72 | 864 | 0,88 | 762,55 |
| CAFÉ | 3 | 18 | 72 | 864 | 0,16 | 141,48 |
| MOCA CHOCOLATE | 5 | 30 | 120 | 1.440 | 0,71 | 1.022,40 |
| TOTAL | 76 | 456 | 1.824 | 21.888 | 28,02 | 21.654,03 |

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

4.3.7.2. Mano de obra directa

Tabla 2516-4: Sueldo del área de producción

| MANO DE OBRA DIRECTA | | | | |
|----------------------|----------------|-------------------|-----------------|--------------------------------|
| CARGO | SUELDO MENSUAL | SUELDO TRIMESTRAL | SUELDO AÑO | BENEFICIOS SOCIALES |
| | | | | 12,15 (1% LEY DE DISCAPACIDAD) |
| Cocinero | 420,00 | 1.260,00 | 5.040,00 | 612,36 |
| Ayudante de cocina | 386,00 | 1.158,00 | 4.632,00 | 562,79 |
| TOTALES: | 806,00 | 2.418,00 | 9.672,00 | 1.175,15 |

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

Tabla 26-4: Sueldo de ventas

| CARGO | SUELDO MENSUAL | SUELDO TRIMESTRAL | SUELDO AÑO | BENEFICIOS SOCIALES |
|------------------|----------------|-------------------|-----------------|--------------------------------|
| | | | | 12,15 (1% LEY DE DISCAPACIDAD) |
| MESERO/CAJERO | 386,00 | 1.158,00 | 4.632,00 | 562,79 |
| TOTAL ES: | 386,00 | 1.158,00 | 4.632,00 | 562,79 |

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

*4.3.7.3. Costos indirectos de fabricación***Tabla 27-4:** CIF

| COSTOS | MENSUAL | COSTOS DIARIOS DEL SERVICIO DE LOCAL |
|--|---------------|--------------------------------------|
| SERVICIOS BÁSICOS | 71,26 | 2,55 |
| MANTENIMIENTO | - | - |
| COMBUSTIBLE Y LUBRICANTE | 24,00 | 0,86 |
| AMORTIZACIÓN COSTOS DE EXPERIMENTACIÓN | 8,75 | 0,31 |
| SUMINISTROS Y MATERIALES | 142,54 | 5,09 |
| DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS | 65,19 | 2,33 |
| TOTAL | 311,74 | 11,13 |

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

*4.3.8. Determinación de activos fijos para producción***Tabla 28-4:** Determinación de activos fijos

| ACTIVOS FIJOS | | TOTAL |
|--------------------------------|----------|-----------------|
| MAQUINARIA Y EQUIPO | 3.445,00 | 4.260,00 |
| MUEBLES Y ENSERES | 1.586,00 | 4.432,00 |
| SUB-TOTAL ACTIVOS FIJOS | | 8.692,00 |

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

4.3.9. Programa pre-operativo

Tabla 29-4: Gastos de experimentación

| GASTOS EXPERIMENTACIÓN | | | | | |
|------------------------|-------------|--------|-----|------------------|--------------|
| ACTIVIDAD | RESPONSABLE | | | | |
| PRUEBAS | CHEF | TIEMPO | M.P | COSTO POR TIEMPO | COSTO TOTAL |
| MUESTRAS | CHEF | 2:00 | 12 | 2,55 | 14,55 |
| DEGUSTACIONES | CLIENTE | 1:00 | | 2,55 | 2,55 |
| CONTROL DE CALIDAD | PROFESIONAL | 1:00 | | 0,00 | 0,00 |
| TOTAL | | | | 5,10 | 17,10 |

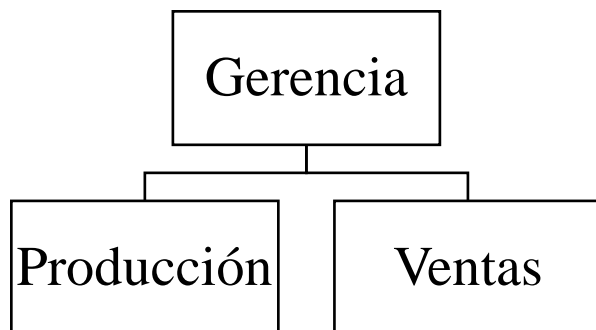
Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

4.4. Estudio administrativo, legal y ambiental

4.4.1. Organización

La organización de una empresa (organización empresarial) es una función administrativa que comprende la organización, estructuración e integración de las unidades orgánicas y los recursos (materiales, financieros, humanos y tecnológicos) de una empresa, así como el establecimiento de sus atribuciones y las relaciones entre estos, para facilitar la organización de la empresa se realizar la departamentalización del mismo.

4.4.1.1. Organigrama estructural



| |
|--|
| <p>LEYENDA</p> <p>Nivel dirección:</p> <p>Nivel operación</p> <p>Realizado por: Estefanía Lescano</p> <p>Fecha de elaboración: 24-11-2018</p> |
|--|

Gráfico 8-4: Organigrama estructural

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

4.4.1.2. Organigrama funcional

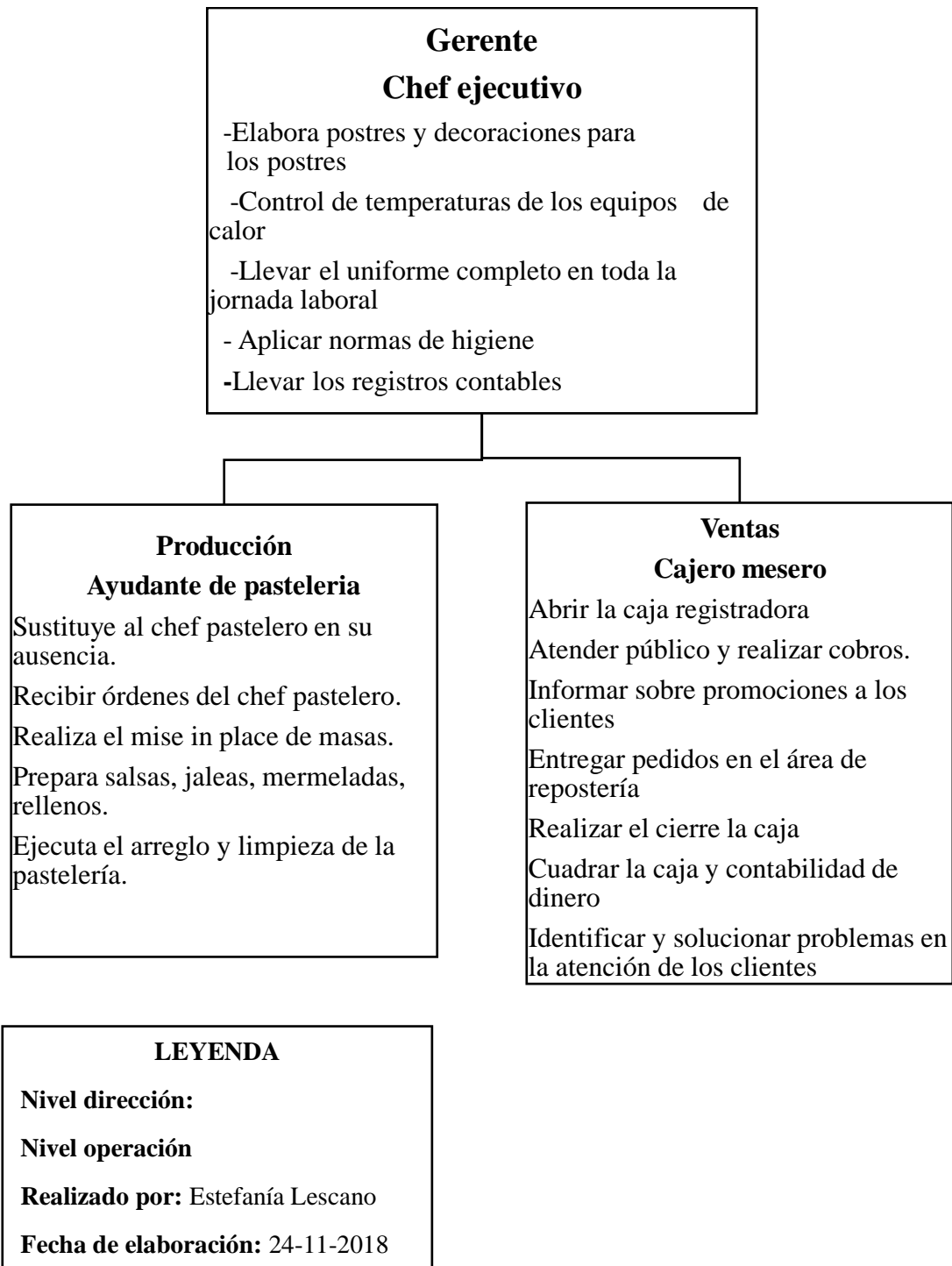


Gráfico 9-4: Organigrama funcional
Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

4.4.1.3. Proceso de selección y contratación de talento humano

Reclutamiento

El reclutamiento y selección de personal es un proceso por el cual las empresas contratan al personal adecuado para ocupar un puesto, el programa de reclutamiento y selección de personal debe estar dentro de la planeación estratégica de la empresa para que se encamine a cumplir los objetivos de la empresa.

Preselección de los candidatos

Se debe revisar todas las solicitudes y descartar aquellas que no cumplan los requisitos imprescindibles del perfil. Elegir anota los requisitos imprescindibles y valorables y valorar a cada aspirante en función de éstos, seleccionando a aquellos que más puntuación han obtenido.

Técnicas de preselección y selección

En función del puesto y del perfil buscado, puede ser necesario realizar alguna prueba que ayude a descartar o seleccionar a tus candidatos, como test psicotécnicos o de personalidad, ejercicios y pruebas que valoren los conocimientos técnicos de los aspirantes o dinámicas de grupo para comprobar cómo se manejan ante determinadas situaciones y en qué habilidades destaca cada uno. De entre todas las técnicas, la más importante es la entrevista personal, ya que te permite conocer de manera directa a cada persona. La entrevista tiene como fin conocer la idoneidad del candidato para el puesto, por lo que las preguntas deberían ir enfocadas a descubrir más sobre su perfil profesional y personal.

Toma de decisiones

Se debe considerar los conocimientos, destrezas, rasgos y otros datos de interés, puede ayudarte a tomar esta decisión de manera objetiva. Tomada la decisión es el momento de avisar a la persona seleccionada, pero también al resto de candidatos que han participado en el proceso de selección, para informarles del fin del proceso y agradecerles su participación. Los candidatos estarán agradecidos y la imagen del negocio se verá reforzada

Contratación

En esta fase se preparan todos los papeles para formalizar el contrato y dar de alta al trabajador. En el contrato deben reflejarse los datos de la empresa y el trabajador, el tipo de contrato, su duración, el cargo que va a realizar o el salario mínimo a percibir, entre otros datos. Además, deberás remitir una copia de este contrato al Servicio de Empleo Público Estatal en un plazo de diez días.

Seguimiento y control

El proceso de contratación no finaliza con la formalización del contrato. Es necesario facilitar la adaptación del nuevo trabajador a la empresa y a su puesto de trabajo y verificar que se ha tomado la decisión acertada. Encontrar al candidato perfecto no es sencillo, por eso las empresas deberían considerar llevar a cabo estrategias para retener el talento entre en su equipo de trabajo

4.4.1.4. Manual de funciones

El manual de funciones consiste en un documento que el establecimiento dispondrá, con el fin de proporcionar información indispensable para quienes forman parte del establecimiento, se encuentra en el anexo

4.4.2. Marco legal

Calificación como artesano

La Junta Nacional de Defensa del Artesano a través de la Unidad de Calificaciones otorga el certificado de calificación artesanal, en las 164 ramas artesanales determinadas en el Reglamento de Calificaciones y Ramas de Trabajo, divididas en ramas de producción y servicio. Quien esté interesado en calificarse deberá cumplir con varios requisitos legales, personales y generales que se presentarán junto con un formulario en las juntas a nivel nacional para que esta realice una inspección y determine si se cumple o no con los requisitos vigentes, te los mostramos a continuación. Para obtener la calificación de un Taller Artesanal, el artesano debe solicitarla al Presidente de la Junta Nacional, Provincial o Cantonal de Defensa del Artesano, según corresponda, adjuntando los siguientes documentos (Impuesto liso, 2017).

- Solicitud de la Junta Nacional de Defensa del Artesanos (adquirir el formulario en la Junta)
- Copia del Título artesanal
- Carnet actualizado del gremio
- Declaración Juramentada de ejercer la artesanía para los artesanos autónomos
- Copia de la cédula de ciudadanía
- Copia de la papeleta de votación (hasta los 65 años de edad)
- Foto a color tamaño carnet
- Tipo de sangre
- En caso de recalificación, copia del certificado de la calificación anterior (Impuesto liso, 2017).

Obligaciones generales de los artesanos calificados

- Mantener actualizada su calificación por la Junta de Defensa del Artesano.
- No exceder del monto de activos totales permitido por la Ley de Defensa del Artesano.
- Exigir a sus proveedores las correspondientes facturas y archivarlas en la forma y condiciones que determine el Servicio de Rentas Internas.
- Vender exclusivamente los bienes a los que se refiere su calificación por parte de la Junta Nacional de Defensa del Artesano (Impuesto liso, 2017).

Costos y gastos deducibles actividad artesanal:

- Gastos que sirven para obtener, mantener y mejorar sus ingresos, es decir aquellos correspondientes al giro del negocio.
- Gastos personales, se puede deducir sus gastos personales y los de su cónyuge, conviviente e hijos menores de edad dependientes (Impuesto liso, 2017).

Restricciones gastos personales:

- Hasta el 50% del total de sus ingresos.
- No puede superar los \$ 14.521,00
- Hasta \$ 3.630,25 en vivienda, educación, alimentación y vestimenta.
- Hasta \$ 14521,00 en salud.
- Siempre se debe considerar el menor valor resultante de las restricciones planteadas a fin de dar cumplimiento a todos los planteamientos (Impuesto liso, 2017).

Retenciones en la fuente para los artesanos calificados:

Los artesanos calificados no practican retenciones en la fuente en sus compras. En sus ventas de bienes o prestación de servicios, las sociedades y personas naturales obligadas a llevar contabilidad, deberán retener un porcentaje sobre el valor recibido en su venta (Impuesto liso, 2017).

Beneficios laborales de los artesanos calificados:

- Exoneración de pago de decimotercero, decimocuarto sueldo y utilidades a los operarios y aprendices
- Exoneración del pago bonificación complementaria a los operarios y aprendices
- Protección del trabajo del artesano frente a los contratistas (Impuesto liso, 2017).

Beneficios sociales de los artesanos calificados:

- Afiliación al seguro obligatorio para maestros de taller, operarios y aprendices.
- Acceso a las prestaciones del seguro social
- Extensión del seguro social al grupo familiar.
- No pago de fondos de reserva (Impuesto liso, 2017).

Quien puede acogerse a la ley del artesano

Toda persona natural puede tener el acceso a la ley de artesano, siempre y cuando cumpla con los requisitos pertinentes, de la misma forma en caso de que la persona disponga un título de tercer nivel, esto no le impida acogerse a esta ley, debido a que tendrá que realizar el curso correspondiente dictaminado por la constitución.

4.4.3. Permisos para el funcionamiento

Tabla 30-4: Gastos de constitución

| GASTOS DE CONSTITUCIÓN | |
|--|--------------------|
| TIPO | GASTO ANUAL |
| INSCRIPCION DEL NEGOCIO A LA JUNTA DEL ARTESANO (CURSO Y CARNET) | 25 |
| PERMISO EN EL MINISTERIO DEL AMBIENTE | 10 |
| INSCRIPCION AL SRI | |
| BOMBEROS | 5 |
| ARCSA | 40,58 |
| PATENTE MUNICIPAL | 60 |
| REGISTRO EN EL MINISTERIO DE TURISMO | 45 |
| TOTAL | 185,58 |

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

Es necesario cumplir algunos requisitos para obtener el permiso de funcionamiento, los cuales son:

- Solicitud para permiso de funcionamiento.
- Planilla de Inspección.
- Licencia anual de funcionamiento.
- Categorización otorgada por el ministerio de turismo.
- Certificado de capacitación de Manipulación de Alimentos (SECAP)
- Copia RUC del establecimiento.
- Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del Ministerio de Salud (el certificado de salud tiene validez por 1 año desde su emisión)
- Copias de la Cédula y Certificado de Votación del propietario del establecimiento

4.4.4. Mitigar el impacto ambiental

Mediante este estudio, se determinará si la acción a realizar, se hace cargo de los efectos que llegaran a generarse, por medio de actividades que permitan la disminución de los impactos negativos que pudieran existir, es decir, mediante una compensación.

4.4.4.1. Acciones remediales

Una de nuestras responsabilidades es disminuir el deterioro ambiental, ya sea mediante pequeños cambios en nuestros hábitos de consumo o en las industrias, la cual pretende ser sustentable con el ambiente, es por ello la propuesta de la regla de las tres 3R, es decir; Reducir, Reciclar, Reutilizar.

Reducir

Disminuir el consumo de agua y de energía, apagar las luces que no necesariamente tengan que estar encendidas, así como los aparatos electrónicos que no estemos utilizando.

Reutilizar

Tratar de utilizar al máximo las cosas con las que ya contamos, para evitar producir basura; es decir; prolongar la vida útil de un producto. Por otra parte, en caso de utilizar materiales desechables, estos serán reutilizados.

Reciclar

Mediante creatividad se convertirá los materiales que no sirven, para crear un nuevo producto sin ejercer gasto económico, y que podrá ser utilizado como decoración, o se le dará otros usos, principalmente en la empresa se fomentará el reciclaje.

4.5. Estudio financiero

4.5.1. Análisis de la inversión

Tabla 31-4: Inversiones del proyecto

| RUBROS | INVERSIÓN REALIZADA | INVERSIÓN POR REALIZAR | TOTAL DE INVERSIÓN |
|------------------------------|----------------------------|-------------------------------|---------------------------|
| 1. INVERSIONES FIJAS | | | 10.003,25 |
| MAQUINARIA Y EQUIPO | | 4.260,00 | 4.260,00 |
| EQUIPO DE CÓMPUTO | | 0,00 | 0,00 |
| MUEBLES Y ENSERES | | 4.432,00 | 4.432,00 |
| MENAJE Y VAJILLA | | 1.212,21 | 1.212,21 |
| IMPREVISTOS (1%) | | 99,04 | 99,04 |
| 2. ACTIVOS DIFERIDOS | | | 525,14 |
| GASTOS DE ORGANIZACIÓN | | 185,58 | 185,58 |
| GASTOS DE INSTALACIÓN | | 293,00 | 293,00 |
| GASTOS DE PUBLICIDAD | | 18,33 | 18,33 |
| GASTOS EXPERIMENTACIÓN | | 23,03 | 23,03 |
| IMPREVISTOS (1%) | | 5,20 | 5,20 |
| 3. CAPITAL DE TRABAJO | | | 11.332,59 |
| MATERIA PRIMA | | 5.413,51 | 5.413,51 |
| MATERIALES INDIRECTOS | | 33,00 | 33,00 |
| MANO DE OBRA DIRECTA | | 2.711,79 | 2.711,79 |
| COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES | | 72,00 | 72,00 |
| SERVICIOS BÁSICOS | | 213,78 | 213,78 |
| GASTO ARRIENDO | | 1.050,00 | 1.050,00 |
| SUELDOS VENTAS | | 1.298,70 | 1.298,70 |
| SUMINISTROS Y MATERIALES | | 427,62 | 427,62 |
| CAJA - BANCOS | 100,00 | 0 | 100,00 |
| CONTINGENCIA (1%) | | 112,20 | 112,20 |
| TOTAL DE INVERSIÓN | 100,00 | 21.860,99 | 21.860,99 |

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

4.5.1.1. Fuentes y usos

Tabla 32-4: Fuentes y usos

| RUBROS | USOS DE FONDOS | FUENTES DE FINANCIAMIENTO | | |
|------------------------------|------------------|---------------------------|------------------|---------------|
| | | REC.PROPI O | BANC O | PROVEEDO R |
| 1. INVERSIONES FIJAS | | | | |
| MAQUINARIA Y EQUIPO | 4.260,00 | 4.260,00 | - | |
| EQUIPO DE COMPUTO | - | - | - | |
| MUEBLES Y ENSERES | 4.432,00 | 4.432,00 | - | |
| MENAJE Y VAJILLA | 1.212,21 | 1024,59 | 187,62 | |
| IMPREVISTOS (1%) | 99,04 | - | 99,04 | |
| 2. ACIVOS DIFERIDOS | | - | | |
| GASTOS DE ORGANIZACIÓN | 185,58 | - | 185,58 | |
| GASTOS DE INSTALACIÓN | 293,00 | - | 293,00 | |
| GASTOS DE PUBLICIDAD | 18,33 | - | 18,33 | |
| GASTOS DE EXPERIMENTACIÓN | 23,03 | - | 23,03 | |
| IMPREVISTOS (1%) | 5,20 | - | 5,20 | |
| 3. CAPITAL DE TRABAJO | | - | | |
| MATERIA PRIMA | 5.413,51 | - | 5.000,00 | 413,51 |
| MATERIALES INDIRECTOS | 33,00 | - | 33,00 | |
| MANO DE OBRA DIRECTA | 2.711,79 | - | 2.711,79 | |
| COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES | 72,00 | - | 72,00 | |
| SERVICIOS BASICOS | 213,78 | - | 213,78 | |
| GASTO ARRIENDO | 1.050,00 | - | 1.050,00 | |
| SUELDOS DE VENTAS | 1.298,70 | 737,21 | 561,49 | |
| SUMINISTROS Y MATERIALES | 427,62 | - | 427,62 | |
| CAJA - BANCOS | 100,00 | - | 100,00 | |
| CONTINGENCIA (1%) | 112,20 | - | 112,20 | |
| TOTAL | 21.860,99 | 10.453,80 | 10.993,68 | 413,51 |

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

4.5.2. Presupuestos

4.5.2.1. Presupuestos de costos de producción

Tabla 3317-4: Costos de producción

| COSTOS DE PRODUCCIÓN | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|---|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| MATERIA PRIMA | 21.654,03 | 22.110,93 | 22.577,47 | 23.053,85 | 23.540,29 |
| MANO DE OBRA DIRECTA | 10.847,15 | 11.076,02 | 11.309,73 | 11.548,36 | 11.792,03 |
| COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN | | | | | |
| MATERIALES INDIRECTOS | 132,00 | 134,79 | 137,63 | 140,53 | 143,50 |
| GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN | | | | | |
| COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES | 288,00 | 294,08 | 300,28 | 306,62 | 313,09 |
| MANTENIMIENTO | 160,00 | 163,38 | 166,82 | 170,34 | 173,94 |
| SERVICIOS BÁSICOS | 427,56 | 436,58 | 445,79 | 455,20 | 464,80 |
| SUMINISTROS Y MATERIALES | 1.026,29 | 1.047,94 | 1.070,05 | 1.092,63 | 1.115,69 |
| AMOTIZACIÓN GASTO DE EXPERIMENTACIÓN | 4,61 | 4,61 | 4,61 | 4,61 | 4,61 |
| DEPRECIACIÓN MAQUINARIA Y EQUIPO | 383,40 | 348,89 | 317,49 | 288,92 | 262,92 |
| DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENSERES | 108,89 | 99,09 | 90,18 | 82,06 | 74,67 |
| TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN | 34.156,23 | 35.018,52 | 35.785,06 | 36.565,29 | 37.359,70 |

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

4.5.2.2. Presupuesto de costos de administración

Tabla 34-4: Gastos de administración

| 2. GASTOS DE ADMINISTRACIÓN | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|-------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| GASTO ARRIENDO | 4.200,00 | 4.288,62 | 4.379,11 | 4.471,51 | 4.565,86 |
| SERVICIOS BÁSICOS | 213,78 | 218,29 | 222,90 | 227,60 | 232,40 |
| SUMINISTROS Y MATERIALES | 171,05 | 174,66 | 178,34 | 182,11 | 185,95 |
| DEPRECIACIÓN EQUIPO DE CÓMPUTO | - | - | - | - | - |
| AMORTIZACIÓN DE GASTOS ORGANIZACIÓN | 37,12 | 37,12 | 37,12 | 37,12 | 37,12 |
| AMORTIZACIÓN DE GASTOS INSTALACIÓN | 58,60 | 58,60 | 58,60 | 58,60 | 58,60 |
| TOTAL GASTOS ADMINISTRACIÓN | 4.680,54 | 4.777,28 | 4.876,06 | 4.976,93 | 5.079,92 |

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

4.5.2.3. Presupuesto de gastos de ventas

Tabla 35-4: Gastos de ventas

| 3. GASTO DE VENTAS | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|--------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| AMORTIZACIÓN GASTO PUBLICIDAD | 3,67 | 3,67 | 3,67 | 3,67 | 3,67 |
| SUELDOS | 5.194,79 | 5.304,40 | 5.416,32 | 5.530,61 | 5.647,30 |
| DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENSERES | 289,99 | 263,89 | 240,14 | 218,52 | 198,86 |
| SERVICIOS BÁSICOS | 213,78 | 218,29 | 222,90 | 227,60 | 232,40 |
| SUMINISTROS Y MATERIALES | 513,14 | 523,97 | 535,03 | 546,32 | 557,84 |
| TOTAL GASTO DE VENTAS | 6.215,36 | 5.760,34 | 5.937,77 | 6.089,66 | 6.242,36 |

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

4.5.2.4. Presupuestos de gastos financieros

Tabla 36-4: Gastos financieros

| 4. GASTOS FINANCIEROS | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|---------------------------------|-----------------|---------------|---------------|--------------|--------------|
| INTERÉS BANCARIO | 1.319,24 | 879,49 | 439,75 | | |
| TOTAL GASTOS FINANCIEROS | 1.319,24 | 879,49 | 439,75 | | |

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

4.5.3. Estados de pérdidas y ganancias

Tabla 37-4: Estado de pérdidas y ganancias

| ESTADO PROFORMA DE RESULTADOS | | | | | |
|---|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| RUBROS | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| VENTAS NETAS | 53.835,15 | 56.047,77 | 58.351,33 | 60.749,57 | 63.246,38 |
| (-) COSTO DE PRODUCCIÓN | 34.156,23 | 35.018,52 | 35.785,06 | 36.565,29 | 37.359,70 |
| (=) UTILIDAD BRUTA | 19.678,92 | 21.029,25 | 22.566,27 | 24.184,29 | 25.886,68 |
| (-) GASTO DE ADMINISTRACIÓN | 4.680,54 | 4.777,28 | 4.876,06 | 4.976,93 | 5.079,92 |
| (-) GASTO DE VENTAS | 6.215,36 | 5.760,34 | 5.937,77 | 6.089,66 | 6.242,36 |
| (=) UTILIDAD OPERATIVA | 8.783,01 | 10.491,63 | 11.752,43 | 13.117,69 | 14.564,40 |
| (-) GASTO FINANCIERO | 1.319,24 | 879,49 | 439,75 | - | |
| (=) RESULTADO UTILIDAD Y/O PERDIDA | 7.463,77 | 9.612,13 | 11.312,68 | 13.117,69 | 14.564,40 |
| (-) REPARTO DE UTILIDADES | | | | | |
| (-) IMPUESTO RENTA | | | | | |
| (=) UTILIDAD NETA | 7.463,77 | 9.612,13 | 11.312,68 | 13.117,69 | 14.564,40 |

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

4.5.4. Estado de situación inicial

Tabla 38-4: Estado de situación inicial

| DETALLE | AÑO 0 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|--|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| ACTIVO | | | | | | |
| ACTIVO CORRIENTE (Capital de trabajo) | 10904,97 | 14886,00 | 17481,93 | 19630,04 | 18218,05 | 20552,07 |
| ACTIVO FÍJO | 8791,04 | 8791,04 | 8791,04 | 8791,04 | 8791,04 | 8791,04 |
| DEPRECIACIÓN ACUMULADA | | -782,28 | -1564,56 | -2346,84 | -3129,12 | -3911,40 |
| DIFERIDOS (Valor amortización anual) | 525,14 | 420,12 | 315,09 | 210,06 | 105,03 | 0,00 |
| TOTAL ACTIVOS | 21860,99 | 24954,71 | 26663,33 | 27924,13 | 25624,83 | 27071,54 |
| PASIVOS | | | | | | |
| PASIVO CORRIENTE (Interés Bancario) | | 1319,24 | 879,49 | 439,75 | | |
| PASIVO LARGO/PLAZO (Crédito Bancario) | 10993,68 | 3664,56 | 3664,56 | 3664,56 | | |
| TOTAL PASIVO | 10993,68 | 4983,80 | 4544,06 | 4104,31 | 0,00 | 0,00 |
| PATRIMONIO | | | | | | |
| Capital | 10867,31 | 10867,31 | 10867,31 | 10867,31 | 10867,31 | 10867,31 |
| Resultado del Ejercicio (Utilidad Neta) | | 7463,77 | 9612,13 | 11312,68 | 13117,69 | 14564,40 |
| TOTAL PATRIMONIO | 10867,31 | 18331,07 | 20479,44 | 22179,99 | 23985,00 | 25431,71 |
| TOTAL PASIVO +PATRIMONIO | 21860,99 | 23314,88 | 25023,50 | 26284,30 | 23985,00 | 25431,71 |

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

4.5.5. Estado del flujo del efectivo

Tabla 3918-4: Estado del flujo del efectivo

| RUBROS | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|------------------|-----------------|-----------------|------------------|------------------|------------------|
| Ventas | | 53.835,15 | 56.047,77 | 58.351,33 | 60.749,57 | 63.246,38 |
| Costos Producción | | 34.156,23 | 35.018,52 | 35.785,06 | 36.565,29 | 37.359,70 |
| Gasto Administrativo | | 4.680,54 | 4.777,28 | 4.876,06 | 4.976,93 | 5.079,92 |
| Gasto Ventas | | 6.215,36 | 5.760,34 | 5.937,77 | 6.089,66 | 6.242,36 |
| Gasto Financieros | | 1.319,24 | 879,49 | 439,75 | | |
| Amortización act. Diferido | | 105,03 | 105,03 | 105,03 | 105,03 | 105,03 |
| Utilid. Antes de Rep. Ut. E Imp. | | 7.463,77 | 9.612,13 | 11.312,68 | 13.117,69 | 14.564,40 |
| Utilidad Neta | | 7.463,77 | 9.612,13 | 11.312,68 | 13.117,69 | 14.564,40 |
| Depreciaciones | | 782,28 | 782,28 | 782,28 | 782,28 | 782,28 |
| Amort.Act.Nomi nal | | 105,03 | 105,03 | 105,03 | 105,03 | 105,03 |
| Inversión Maq. Y Equip. | 4.260,00 | | | | | |
| Inv. Terreno y Obra Física | | | | | | |
| Inversión Otros | 5.644,21 | | | | | |
| Inv. Act. Nominal | 525,14 | | | | | |
| Inv. Capital de Trabajo | 11.332,59 | | | | | |
| Vehículo | | | | | | |
| Imprevisto | 99,04 | | | | | |
| Recup. Capital Trabajo | | | | | | |
| Préstamo | | | | | | |
| Amort. Préstamo | | - 3.664,56 | - 3.664,56 | - 3.664,56 | | |
| FLUJO DE CAJA | 21.860,99 | 4.686,51 | 6.834,88 | 8.535,43 | 14.005,00 | 15.451,71 |

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

a. Evaluación financiera

Tabla 40-4: Prueba ácida

| PRUEBA ÁCIDA | |
|---------------------|-----------|
| ACTIVO CORRIENTE | 14886,00 |
| INVENTARIOS | 10.430,87 |
| PASIVO CORRIENTE | 1319,24 |
| PRUEBA ÁCIDA | 3,38 |

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

Análisis

La prueba ácida ayuda a medir la liquidez de la empresa, es decir según los datos obtenidos no ayuda a ver si pues o no cubrir los pasivos corrientes que tiene la empresa a acorto plazo, mediante la aplicación de la fórmula se obtuvo datos positivos para el establecimiento es decir que por cada dolar que la pastelería debe a corto plazo la misma cuenta con \$3,38 para poder cubrir sin la necesidad de recurrir a la venta de los inventarios.

4.5.6. Evaluación financiera

A. Flujo neto del efectivo (FNE)

Tabla 41-4: Flujo neto del efectivo

| FLUJO NETO DEL EFECTIVO | |
|--------------------------------|-------------|
| Nº | FNE |
| INVERSION | - 21.860,99 |
| 1 | 4.686,51 |
| 2 | 6.834,88 |
| 3 | 8.535,43 |
| 4 | 14.005,00 |
| 5 | 15.451,71 |

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

B. Valor actual neto (VAN)

Tabla 42-4: Valor actual neto

| Valor actual neto (VAN) | | | |
|--------------------------------|-------------|------------------|-------------------|
| N° | FNE | $(1 + i)^n$ | FNE / $(1 + i)^n$ |
| INVERSIÓN | - 21.860,99 | | - 21.860,99 |
| 1 | 4.686,51 | 1,12 | 4.184,39 |
| 2 | 6.834,88 | 1,25 | 5.448,73 |
| 3 | 8.535,43 | 1,40 | 6.075,35 |
| 4 | 14.005,00 | 1,57 | 8.900,43 |
| 5 | 15.451,71 | 1,76 | 8.767,72 |
| TOTAL | | | 11.515,62 |
| VAN | \$ | 11.515,62 | |

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

C. Tasa interna de retorno (TIR)

Tabla 43-4: Tasa interna de retorno

| FORMULACIÓN DEL TIR | |
|----------------------------|----------------------|
| INVERSIÓN INICIAL | - 22.594,05 |
| AÑO | FLUJO DE CAJA |
| 1 | 4.686,51 |
| 2 | 6.834,88 |
| 3 | 8.535,43 |
| 4 | 14.005,00 |
| 5 | 15.451,71 |
| TOTAL | 26% |

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

D. Periodo de recuperación

Tabla 44-4: Periodo de recuperación

| PERIODO DE RECUPERACIÓN | | | |
|--------------------------------|--------------------------|-------------------|--|
| AÑOS | FLUJOS OPERATIVOS | FLUJO NETO | DIFERENCIA ENTRE FLUJOS E INVERSIÓN |
| 0 | - 21.860,99 | | - 21.860,99 |
| 1 | 4.686,51 | 4.686,51 | - 17.174,48 |
| 2 | 6.834,88 | 11.521,40 | - 10.339,60 |
| 3 | 8.535,43 | 20.056,83 | - 1.804,16 |
| 4 | 14.005,00 | 34.061,83 | 12.200,84 |
| 5 | 15.451,71 | 49.513,54 | 27.652,55 |

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

Fórmula

$$\text{PRR} = \text{Año de recuperación} + \frac{\text{Costo por recuperar}}{\text{Último flujo!}}$$

$$\text{PRR} = 3 + \frac{1.804,16}{14.005,00}$$

$$\text{PRR} = 2 + 0,13$$

$$\text{PRR} = 2,13$$

| Periodo de recuperación | | |
|--------------------------------|--------------|----|
| 3,13 | AÑOS | 3 |
| 1,46 | MESES | 1 |
| 16,80 | DIAS | 17 |

E. Punto de equilibrio

F.

Tabla 45-4: Punto de equilibrio

| PUNTO DE EQUILIBRIO | |
|----------------------------|--------------|
| DETALLE | VALOR |
| COSTO FIJO | 16.041,94 |
| PRECIO | 3,41 |
| COSTO VARIABLE | 1,68 |
| PUNTO DE EQUILIBRIO | 9.276 |
| UTILIDAD | 0 |

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

Tabla 46-4: Tabla del punto de equilibrio

| UNID. | VENTAS | COSTOS FIJOS | COSTOS VARIABLES | COSTOS TOTALES | RESULTADOS |
|--------|-----------|--------------|------------------|----------------|-------------|
| 1.440 | 4.910,10 | 16.041,94 | 2.419,69 | 18.461,63 | - 13.551,53 |
| 2.880 | 9.820,19 | 16.041,94 | 4.839,38 | 20.881,32 | - 11.061,12 |
| 4.320 | 14.730,29 | 16.041,94 | 7.259,07 | 23.301,00 | - 8.570,72 |
| 5.760 | 19.640,38 | 16.041,94 | 9.678,76 | 25.720,69 | - 6.080,31 |
| 7.200 | 24.550,48 | 16.041,94 | 12.098,45 | 28.140,38 | - 3.589,91 |
| 8.640 | 29.460,57 | 16.041,94 | 14.518,14 | 30.560,07 | - 1.099,50 |
| 10.080 | 34.370,67 | 16.041,94 | 16.937,83 | 32.979,76 | 1.390,90 |
| 11.520 | 39.280,76 | 16.041,94 | 19.357,52 | 35.399,45 | 3.881,31 |
| 12.960 | 44.190,86 | 16.041,94 | 21.777,21 | 37.819,14 | 6.371,72 |
| 14.400 | 49.100,95 | 16.041,94 | 24.196,90 | 40.238,83 | 8.862,12 |
| 15.840 | 54.011,05 | 16.041,94 | 26.616,58 | 42.658,52 | 11.352,53 |
| 17.280 | 58.921,14 | 16.041,94 | 29.036,27 | 45.078,21 | 13.842,93 |
| 18.720 | 63.831,24 | 16.041,94 | 31.455,96 | 47.497,90 | 16.333,34 |
| 20.160 | 68.741,33 | 16.041,94 | 33.875,65 | 49.917,59 | 18.823,74 |
| 21.600 | 73.651,43 | 16.041,94 | 36.295,34 | 52.337,28 | 21.314,15 |
| 23.040 | 78.561,52 | 16.041,94 | 38.715,03 | 54.756,97 | 23.804,55 |
| 24.480 | 83.471,62 | 16.041,94 | 41.134,72 | 57.176,66 | 26.294,96 |
| 25.920 | 88.381,71 | 16.041,94 | 43.554,41 | 59.596,35 | 28.785,37 |
| 27.360 | 93.291,81 | 16.041,94 | 45.974,10 | 62.016,04 | 31.275,77 |
| 28.800 | 98.201,90 | 16.041,94 | 48.393,79 | 64.435,73 | 33.766,18 |

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

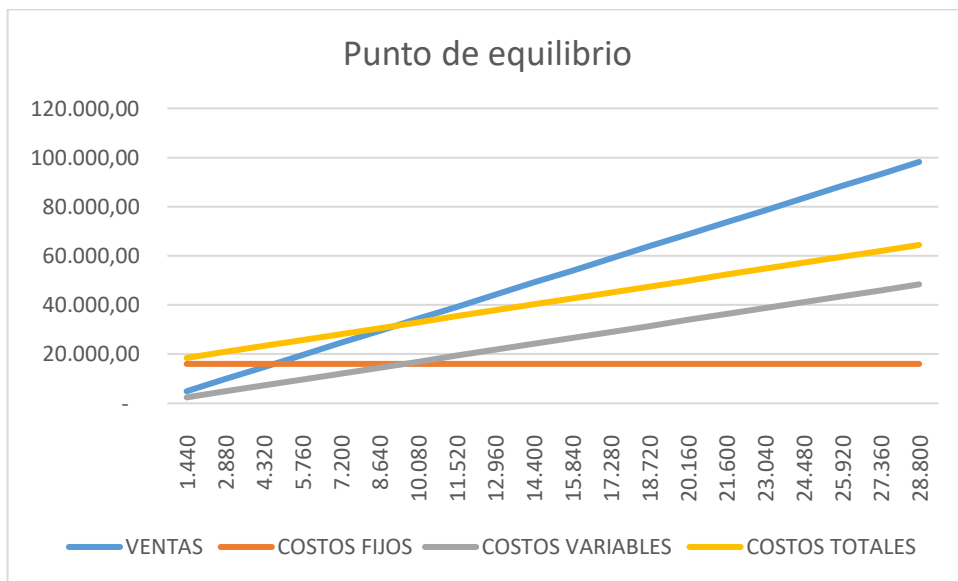


Gráfico 10-4: Punto de equilibrio

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

G. Relación beneficio costo

Tabla 47-4: Relación beneficio costo

| RELACIÓN BENEFICIO COSTO | | | |
|--------------------------|-------------|---------------------|---------------|
| TASA DE DESCUENTO | 12% | | |
| Nº | INVERSIÓN | INGRESOS | COSTOS |
| | - 21.860,99 | | |
| 1 | | 53.835,15 | 35.018,52 |
| 2 | | 56.047,77 | 35.785,06 |
| 3 | | 58.351,33 | 35.785,06 |
| 4 | | 60.749,57 | 36.565,29 |
| 5 | | 63.246,38 | 37.359,70 |
| | | TOTAL INGRESO | \$ 208.776,51 |
| | | TOTAL COSTO | \$ 129.702,07 |
| | | (=) COSTO+INVERSIÓN | \$ 107.841,08 |

| | |
|------|------|
| RB/C | 1,61 |
|------|------|

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

4.5.7. Evaluación social

Tabla 48-4: Evaluación social

| EVALUACIÓN SOCIAL | | |
|-----------------------------------|---------|-----------|
| DETALLE | VALORES | RESULTADO |
| DESEMPLEO EN CHIMBORAZO | 164209 | |
| PERSONAS EMPLEADAS EN EL PROYECTO | 3 | |
| APORTE | | 0,0018% |

Elaborado por: Estefanía Lescano, 2018

4.5.8. Evaluación ambiental

Con el fin de disminuir el impacto que puede ocasionar la implementación del establecimiento, se ha utilizado el mecanismo de las 3R (reciclar, reducir y rehusar), con el fin de disminuir en un gran porcentaje la utilización de fundas plásticas durante la compra de materia prima, de la misma forma clasificar las basuras dependiendo del tipo de material con que haya sido fabricado, para que las grandes industrias los transformen en productos nuevos, también se pretende concientizar a la persona que forma parte del establecimiento para que reutilice los recipientes plásticos y de esta forma alargar la vida útil. Todas estas estrategias permitirán que el local disminuya en un porcentaje la cantidad de basura.

CONCLUSIONES

- En el estudio de mercado se determinó que existe un 91% de aceptación por parte de la ciudadanía referente al consumo de postres y pasteles gourmet elaborados con rellenos de frutas propias de la zona.
- Se concluye que, en los estudios técnicos, administrativo, legal, ambiental y financiero los resultados obtenidos fueron positivos. El proyecto es económico y financieramente viable en relación con los siguientes valores: un VAN positivo de 11.515,62, un TIR del 26%, mientras que la relación beneficio costo de \$1,61 y el periodo de recuperación se dará en 3 años, 1 mes y 17 días lo cual indica que el emprendimiento es factible.
- Se realizó el diseño de una carta, para cada elaboración se estableció la receta estándar con el de determina el costo y precio de venta del producto. Las preparaciones que el establecimiento ofrece serán llamativos, utilizando el chocolate como elemento decorativo con el fin de dar altura y sabor especial a los postres.

RECOMENDACIONES

- Brindar un servicio y producto de calidad, mantener siempre la constante innovación y diversificación de preparaciones con el fin de cubrir la demanda insatisfecha existen en el sector y a la vez crea fidelidad, garantizando de esta manera el crecimiento del emprendimiento.
- Se recomienda la implementación de establecimiento tras obtener resultados positivos y a la vez mantener un control y seguimientos del estudio técnico, administrativo, legal ambiental y financiero con el fin de garantizar la estabilidad del negocio.
- Se necesario realizar pequeños cambios en la carta y a la vez ofrecer nuevas formas de decoración gourmet en pastelería de tal manera que el cliente sienta satisfacción al consumir cada producto y no se incline por únicamente lo común y ya conocido sino por algo innovador que marque la diferencia de los demás establecimientos.

BIBLIOGRAFIA

- Buonarroti, G.** (20 de diciembre de 2012). *Postres para todos*. Obtenido de Historia de la repostería: <http://postresparatodos.over-blog.es/article-historia-de-la-reposteria-113646631.html>
- Caluguillin, B.** (Mayo de 2011). “ADMINISTRACIÓN APLICADA A UN RESTAURANTE DE GASTRONOMÍA GOURMET AL NORTE DE QUITO”. Quito, Pichincha, Ecuador. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/747/1/T-UCE-0003-29.pdf>
- Cañizares, M.** (2015). *Plan de negocios para la elaboración y distribución de una línea de insumos para pastelería*. Quito. Recuperado el 12 de Diciembre de 2018, de <http://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/4862/1/UDLA-EC-TLG-2015-27.PDF>
- Díaz, A.** (2013). *Plantamiento estratégico para el lanzamiento de una pastelería*. Colombia: Universidad de palermo.
- EDUCACIÓN, U. N.** (2002). *Manual de Pastelería Fina* (Primera ed.). Peru: Editorial Imprenta Sanchez s.r.l.
- Espinoza, S. F.** (2007). *Los proyectos de inversión: evaluación financiera*. Costa Rica: Tecnológica de Costa Rica.
- Gourmet.** (2016). *Que es el estilo gourmet*. Recuperado el 12 de Diciembre de 2018, de <https://www.pecadogourmet.es/cocina-gourmet/>
- Impuesto liso.** (23 de Junio de 2017). *Derechos y obligaciones de los artesanos ante el SRI*. Recuperado el 12 de Septiembre de 2018, de <https://impuestolisto.com/derechos-obligaciones-los-artesanos-ante-sri/>
- Jaramillo, M.** (2012). *Innovación de la técnica del fondant en tortas para eventos a través del sabor, producto y decoración*. Cuenca. Recuperado el 12 de Diciembre de 2018, de <http://space.ucuenca.edu.ec/bitstream/12345678/1562/1/tgas25.pdf>
- Mendez, M., & Polo, D.** (2017). *Manual Aprovechamiento Interno de la Pastelería* (Primera ed.). Madrid: CEP, S.L.
- Merino Ávila, P.** (2011). *La evaluación ambiental de planes y programas* (Segunda ed.). Madrid, España: Dykinson S.L.
- Ponzuelo, J., & Pérez, M.** (2002). *Resposteria* (Segunda ed.). Madrid: Paraninfo.

- Puigbó, I.** (1999). *Guía Práctica de Técnicas de Pastelería para la Restauración* (Primera ed.). Barcelona España: COOKING BOOKS.
- Ramirez, E.** (2004). *Proyectos de inversión competitivos. Formulación y evaluación de proyectos de inversión con visión emprendedora estratégica* (Segunda ed.). Colombia: Fireva S.A.
- Robert Moreau, A. K.-E.** (2007). *Gourmet and Health-Promoting Specialty Oils* (Primera ed.). United States.
- Rodríguez, J.** (Febrero de 2016). *Cocina Modernista*. Madrid : Paraninfo. Obtenido de <http://publicacionesdidacticas.com/hemeroteca/articulo/067004/articulo-pdf>
- Sánchez, L. A.** (2012). *Ofertas de repostería, aprovisionamiento interno y control de consumos* (Primera ed.). Madrid: INNOVACIÓN Y CUALIFICACIÓN S.L.
- Sastre, M. M.** (2017). *Elaboraciones básicas de productos de pastelería* (Primera ed.). CEP S,L, Proquest Ebook Central.
- Vértice, E.** (2010). *Hostelería y Turismo Repostería* (Primera ed.). España: PUBLICACIONES VÉRTICE S.L.
- Yubero, I.** (20 de diciembre de 2012). *Alimentos con historia azúcar dulces y repostería* (Primera ed.). Madrid: IC Editorial. Recuperado el 12 de Agosto de 2018, de Historia de la repostería: <http://postresparatodos.over-blog.es/article-historia-de-la-reposteria-113646631.html>

ANEXOS

Anexo A: Encuesta

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA
ESCUELA DE GASTRONOMÍA
ENCUESTA

OBJETIVO: Obtener información del grupo objetivo para la elaboración el proyecto de titulación con la implementación de una Pastelería y Repostería Gourmet en el Cantón Salcedo Provincia de Cotopaxi.

INSTRUCCIONES: Marque con una X la respuesta que usted considere conveniente.

1. GENERO

Masculino ()

Femenino ()

2. ¿A qué edad pertenece usted?

15-20 años ()

21-30 años ()

31-40años ()

41-50 año ()

3. Con qué frecuencia usted consume postres

a. Una vez al mes ()

b. Dos veces al mes ()

c. Tres veces al mes ()

d. Menos de una vez al mes ()

4. ¿Qué tipo de postres consume usted con mayor frecuencia?

Tortas ()

Cheese cakes ()

Brazo gitano ()

Mousses ()

5. De las siguientes opciones indique el rango en el que se encuentra el monto de sus ingresos económicos.

100-250 \$

250-300 \$

300-400 \$

400-500 \$

500-600

600-800 en adelante \$

6. Indique cuánto estaría dispuesto a pagar por un postre

1,00 - 3,00 ()

4,00 - 5,00 ()

3,00- 4,00 ()

5,00 - 6,00 ()

7. Existe otros establecimientos que ofrezca productos de pastelería Gourmet similares al nuestro

SI ()

NO ()

8. ¿Cómo le gustaría a usted el estilo de una Pastelería y Repostería Gourmet? Gourmet:
(Hace referencia a un **estilo de vida**, asociado principalmente a lo más exquisito, de la más alta calidad y sofisticación de la gastronomía).

Clásico ()

Tradicional ()

Moderno ()

Antiguo ()

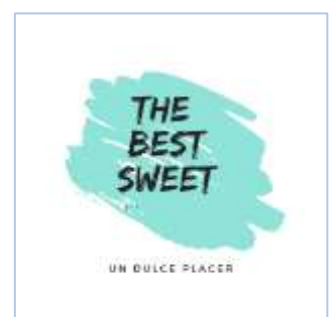
9.Cuál de los siguientes logotipos le gustaría a usted que se aplique para implementar la Pastelería y Repostería Gourmet?



()



()



()

10. Qué medios de comunicación le gustaría a usted que se utilice para promocionar nuestro establecimiento

Televisión ()

Radio ()

Revistas ()

Redes sociales ()

11. Con respecto al lugar, elija usted una opción que considere más relevantes al implementar una Pastelería y Repostería Gourmet

Fácil acceso ()

Seguridad ()

Estacionamientos ()

Céntrico ()



12. ¿Le gustaría a usted que se implemente una Pastelería y Repostería Gourmet en el Cantón Salcedo?

SI ()



NO ()

Gracias por su colaboración



Anexo B: Receta estándar de cheese cake en salsa de uvilla

|  ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR  | | | | | | | | | | | | | |
|---|---------------------|----------|----------------|---------------|-------------------|--|-------------|--------|-------------|----------|------|---------------|------|
| NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: CHEESE CAKE EN SALSA DE UVILLA | | | | | | FECHA DE ELABORACIÓN:15/07/2018 | | | | 1 | | | |
| TIPO DE MENÚ | BOCADITO | ENTRADA | PLATO FUERTE X | POSTRE | MENÚ COMPLETO | OTROS (especificar) chesese cake con base crocante y cubiero con salsa de uvilla | | | | | | | |
| CONSERVACIÓN | ambiente | | refrigeración | X | congelación | | | otros | | | | | |
| Siglas Menú Completo | PRODUCTO | CANTIDAD | UNIDAD | MISE EN PLACE | TÉCNICA CULINARIA | | | | | | | | |
| | | | | | CORTE | METODO DE COCCIÓN | cantidad | unidad | costo uni | PRECIO | | | |
| | Harina | 250 | g | tamizar | | seco | 454 | lb | 0,5 | 0,28 | | | |
| | Chocolate en polvo | 50 | g | tamizar | | seco | 454 | lb | 3,2 | 0,35 | | | |
| | Azúcar impalpable | 150 | g | tamizar | | seco | 1 | lb | 0,9 | 0,30 | | | |
| | Margarina sin sal | 150 | g | cremar | | indirecto | 1 | lb | 0,8 | 0,26 | | | |
| | Yemas | 3 | u | | | indirecto | 1 | unidad | 0,05 | 0,15 | | | |
| | Esencia de vainilla | 5 | ml | | | indirecto | 200 | ml | 1,4 | 0,04 | | | |
| | Queso crema | 250 | g | cremar | | seco | 500 | g | 3,1 | 1,55 | | | |
| | Azúcar granulado | 130 | g | | | seco | 1 | lb | 0,5 | 0,14 | | | |
| | Huevos | 3 | u | cascar | | indirecto | 1 | unidad | 0,1 | 0,30 | | | |
| | Jugo de uvilla | 100 | ml | | | indirecto | 500 | ml | 1 | 0,20 | | | |
| | Mora | 250 | g | limpiar | | directo | 1 | lb | 1 | 0,55 | | | |
| | Azúcar | 100 | g | | | directo | 1 | lb | 0,5 | 0,11 | | | |
| | Jugo de limón | 5 | ml | | | directo | 100 | ml | 0,3 | 0,02 | | | |
| | | | | | CÁLCULOS | RESULTADOS | IMPREVISTOS | | C. VARIABLE | | | | |
| | | | | | C.I.F 30% (PV) | 3,03 | | | 7% | % VARIOS | 0,30 | | |
| | | | | | Σ C.P= CxP + | 7,57 | | | | TOTAL | 4,54 | | |
| | | | | | U1=PV-ΣCP | 2,52 | | | | C. PAX | 4,54 | | |
| | | | | | U2=P.V.S-PV | 0,00 | | | | CR=FC*CK | 35% | C.M.P O VENTA | 0,35 |
| | | | | | U neta= U1+ | 2,52 | | | | P.V. | | 10,09 | |
| | | | | | | | | | | P.V.P | | 10,09 | |



Anexo C: receta estándar de brazo gitano con relleno de mora

|  | | ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR | | | | |  | | | |
|---|------------------|---|----------------|----------------|-------------------|---|---|---------------|-----------|--------|
| NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: BRAZO GITANO CON RELLENO DE MORA | | | | | | FECHA DE ELABORACIÓN: 15/07/2018 | | 1 | | |
| TIPO DE MENÚ | BOCADITO | ENTRADA | PLATO FUERTE X | POSTRE | MENÚ COMPLETO | OTROS (especificar) brazo gitano con mermela de mora | | | | |
| CONSERVACION | ambiente | | refrigeración | X | congelación | | | otros | | |
| Siglas Menú Completo | PRODUCTO | CANTIDAD | UNIDAD | MISE EN PLACE | TÉCNICA CULINARIA | | | | | |
| | | | | | CORTE | MÉTODO DE COCCIÓN | cantidad | unidad | costo uni | PRECIO |
| | Harina | 180 | g | tamizar | | indirecto | 454 | lb | 0,5 | 0,20 |
| | Azúcar | 180 | g | | | indirecto | 454 | lb | 0,5 | 0,20 |
| | Huevos | 5 | u | cascar | | indirecto | 1 | unidad | 0,1 | 0,50 |
| | Crema chantipack | 250 | g | batir | | | 1 | litro | 4,1 | 1,03 |
| | Mora | 120 | g | zumo | | directo | 1 | lb | 1 | 0,26 |
| | Azúcar | 100 | g | | | directo | 1 | lb | 0,5 | 0,11 |
| | Frutilla | 50 | g | limpiar | medias lunas | | 1 | lb | 1 | 0,10 |
| | Chocolate blanco | 50 | g | limpiar | | | 454 | lb | 3 | 0,33 |
| | | | | CÁLCULOS | RESULTADOS | IMPREVISTOS | | C. VARIABLE | | |
| | | | | C.I.F 30% (PV) | 2,19 | | 7% | % VARIOS | 2,73 | |
| | | | | Σ. C.P= CxP + | 5,11 | | | TOTAL | 2,92 | |
| | | | | U1=PV-ΣCP | 2,19 | | | C. PAX | 2,92 | |
| | | | | U2=P.V.S-PV | 0,00 | | 35% | C.M.P O VENTA | 0,35 | |
| | | | | U neta= U1+ | 2,19 | | | P.V. | 7,29 | |
| | | | | | | | | P.V.P | 7,29 | |



Anexo D: Receta estándar de mousse de maracuyá con salsa de tuna

|  ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR  | | | | | | | | | | | | |
|--|--------------------|----------|----------------|---------------|-----------------|---|--------------------|--------|-----------|--------------------|---------------|------|
| NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: MOUSSE DE MARACUYÁ CON SALSA DE TUNA | | | | | | FECHA DE ELABORACIÓN: 15/07/2018 | | | 1 | | | |
| TIPO DE MENÚ | BOCADITO | ENTRADA | PLATO FUERTE X | POSTRE | MENÚ COMPLETO | OTROS (especificar) chesese cake con bas crocante y cubiero con salsa de uvilla | | | | | | |
| CONSERVACION | ambiente | | refrigeración | X | congelación | | | otros | | | | |
| Siglas Menú Completo | PRODUCTO | CANTIDAD | UNIDAD | MISE EN PLACE | CORTE | MÉTODO DE COCCIÓN | TÉCNICA CULINARIA | | | | | |
| | | | | | | | cantidad | unidad | costo uni | PRECIO | | |
| | Crema de leche | 700 | ml | batir | | | 4 | lt | 9 | 1,58 | | |
| | Azúcar | 350 | g | | | | 1 | lb | 0,5 | 0,39 | | |
| | Gelatina sin sabor | 15 | g | derretir | | | 1 | lb | 3,2 | 0,11 | | |
| | Agua | 60 | ml | hidratar | | | 0 | 0 | 0 | 0,00 | | |
| | Pulpa de maracuyá | 400 | ml | | | | 1 | lt | 1 | 0,40 | | |
| | Azúcar | 200 | g | | | | 1 | lb | 0,5 | 0,22 | | |
| | Tuna | 200 | g | | | | 1000 | g | 1,4 | 0,28 | | |
| | Mora | 50 | g | limpiar | | | 1 | lb | 1 | 0,11 | | |
| | Frutilla | 50 | g | limpiar | medias lunas | | 1 | lb | 1 | 0,11 | | |
| | | | | | CÁLCULOS | RESULTADOS | IMPREVISTOS | | | C. VARIABLE | 3,19 | |
| | | | | | C.I.F 30% (PV) | 2,56 | | | 7% | % VARIOS | 0,22 | |
| | | | | | Σ. C.P= CxP + | 5,97 | | | | TOTAL | 3,41 | |
| | | | | | U1=PV-ΣCP | 2,56 | | | D=10% | C. PAX | 3,41 | |
| | | | | | U2=P.V.S-PV | 0,00 | | | CR=FC*CK | 35% | C.M.P O VENTA | 0,35 |
| | | | | | U neta= U1+ | 2,56 | | | | P.V. | 8,52 | |
| | | | | | | | | | | P.V.P | 8,52 | |



Anexo E: Receta estándar de mousse de uvilla con salsa de fresa

|  ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR  | | | | | | | | | | |
|--|--------------------|----------|----------------|-----------------|-------------------|----------------------------------|-------------------------------------|--------|--------------------|--------|
| NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: MOUSSE DE UVILLA CON SALSA DE FRESA | | | | | | FECHA DE ELABORACIÓN: 15/07/2018 | | 1 | | |
| TIPO DE MENÚ | BOCADITO | ENTRADA | PLATO FUERTE X | POSTRE | MENÚ COMPLETO | OTROS (especificar) | MOUSSE DE UVILLA CON SALSA DE FRESA | | | |
| CONSERVACIÓN | ambiente | | refrigeración | X | congelación | | otros | | | |
| Siglas Menú Completo | PRODUCTO | CANTIDAD | UNIDAD | MISE EN PLACE | CORTE | MÉTODO DE COCCIÓN | TÉCNICA CULINARIA | | | |
| | | | | | | | cantidad | unidad | costo uni | PRECIO |
| | Crema de leche | 700 | ml | batir | | | 4 | lt | 9 | 1,58 |
| | Azúcar | 350 | g | | | | 1 | lb | 0,5 | 0,39 |
| | Gelatina sin sabor | 15 | g | derretir | | | 1 | lb | 3,2 | 0,11 |
| | Agua | 60 | ml | hidratar | | | 0 | 0 | 0 | 0,00 |
| | Pulpa de uvilla | 400 | ml | | | | 1 | lt | 1,5 | 0,60 |
| | Azúcar | 200 | g | | | | 1 | lb | 0,5 | 0,22 |
| | Fresa | 200 | g | | | | 1000 | g | 1 | 0,20 |
| | Mora | 50 | g | limpiar | | | 1 | lb | 1 | 0,11 |
| | Frutilla | 50 | g | limpiar | medias lunas | | 1 | lb | 1 | 0,11 |
| | | | | CÁLCULOS | RESULTADOS | IMPREVISTOS | | | C. VARIABLE | 3,31 |
| | | | | C.I.F 30% (PV) | 2,36 | | | 7% | % VARIOS | 0,23 |
| | | | | Σ. C.P= CxP + | 5,90 | | | | TOTAL | 3,54 |
| | | | | U1=PV-ΣCP | 1,97 | | | | C. PAX | 3,54 |
| | | | | U2=P.V.S-PV | 0,00 | | | 35% | C.M.P O VENTA | 0,35 |
| | | | | U neta= U1+ | 1,97 | | | | P.V. | 7,86 |
| | | | | | | | | | P.V.P | 7,86 |



Anexo F: Receta estándar de torta humedecida almíbar de tuna

|  | | ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR | | | | |  | | | |
|---|------------------|---|----------------|----------------|---------------|----------------------------------|---|-------------|---------------|--------|
| NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: TORTA HUMEDECIDA ALMIBAR DE TUNA | | | | | | FECHA DE ELABORACIÓN: 15/07/2018 | | 1 | | |
| TIPO DE MENÚ | BOCADITO | ENTRADA | PLATO FUERTE X | POSTRE | MENÚ COMPLETO | OTROS (especificar) | TORTA HUMEDECIDA ALMIBAR DE TUNA | | | |
| CONSERVACION | ambiente | | refrigeración | X | congelación | | otros | | | |
| Siglas Menú Completo | PRODUCTO | CANTIDAD | UNIDAD | MISE EN PLACE | CORTE | MÉTODO DE COCCIÓN | TÉCNICA CULINARIA | | | |
| | | | | | | | cantidad | unidad | costo uni | PRECIO |
| | Harina | 180 | g | tamizar | | indirecto | 454 | lb | 0,5 | 0,02 |
| | Azúcar | 180 | g | | | indirecto | 454 | lb | 0,5 | 0,20 |
| | Huevos | 5 | u | cascar | | indirecto | 1 | unidad | 3,2 | 0,04 |
| | Crema chantipack | 250 | g | batir | | | 1 | litro | 0 | 0,00 |
| | Almíbar de tuna | 600 | g | zummo | | directo | 1 | lt | 1,5 | 0,90 |
| | Azúcar | 100 | g | | | directo | 1 | lb | 0,5 | 0,11 |
| | Tuna | 200 | g | | | | 1000 | g | 1,4 | 0,28 |
| | Mora | 50 | g | limpiar | | | 1 | lb | 1 | 0,11 |
| | Frutilla | 50 | g | limpiar | medias lunas | | 1 | lb | 1 | 0,11 |
| | Chocolate NEGRO | 100 | g | limpiar | | | 454 | lb | 2,75 | 0,61 |
| | | | | CÁLCULOS | RESULTADOS | IMPREVISTOS | | C. VARIABLE | 2,37 | |
| | | | | C.I.F 30% (PV) | 1,90 | | | 7% | % VARIOS | 0,17 |
| | | | | Σ C.P= CxP + | 4,44 | | FC=1+D | | TOTAL | 2,54 |
| | | | | U1=PV-ΣCP | 1,90 | | D=10% | | C. PAX | 2,54 |
| | | | | U2=P.V.S-PV | 0,00 | | CR=FC*CK | 35% | C.M.P O VENTA | 0,35 |
| | | | | U neta= U1+ | 1,90 | | | | P.V. | 6,35 |
| | | | | | | | | | P.V.P | 6,35 |



Anexo G: Receta estándar de bizcocho de vainilla en crema de naranja

|  | | ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR | | | | |  | | | |
|---|--------------------|---|----------------|-----------------------|-------------------|----------------------------------|---|----------|--------------------|-------------|
| NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: BIZCOCHO DE VAILLA EN CREMA DE NARANJA | | | | | | FECHA DE ELABORACIÓN: 15/07/2018 | | 1 | | |
| TIPO DE MENÚ | BOCADITO | ENTRADA | PLATO FUERTE X | POSTRE | MENÚ COMPLETO | OTROS (especificar) | BIZCOCHO DE VAILLA EN CREMA DE NARANJA | | | |
| CONSERVACIÓN | ambiente | | refrigeración | X | congelación | | otros | | | |
| Siglas Menú Completo | PRODUCTO | CANTIDAD | UNIDAD | MISE EN PLACE | CORTE | MÉTODO DE COCCIÓN | TÉCNICA CULINARIA | | | |
| | | | | | | | cantidad | unidad | costo uni | PRECIO |
| | Harina | 180 | g | tamizar | | indirecto | 454 | lb | 0,5 | 0,02 |
| | Azúcar | 180 | g | | | indirecto | 454 | lb | 0,5 | 0,20 |
| | Huevos | 6 | u | cascar | | indirecto | 1 | unidad | 3,2 | 0,04 |
| | Crema chantipack | 150 | g | batir | | | 1 | litro | 3 | 0,99 |
| | Almíbar de naranja | 400 | g | zumo | | húmedo | | | | |
| | Azúcar | 25 | g | | | directo | 1 | lt | 1 | 0,40 |
| | Chocolate | 50 | g | | | húmedo | 1 | lb | 0,5 | 0,03 |
| | Chocolate blanco | 50 | g | limpiar | | | 454 | lb | 2,75 | 0,14 |
| | Frutilla | 50 | g | limpiar | medias lunas | | 454 | lb | 3 | 0,33 |
| | | | | | | | 1 | lb | 1 | 0,11 |
| | | | | CÁLCULOS | RESULTADOS | IMPREVISTOS | | | C. VARIABLE | 2,26 |
| | | | | C.I.F 30% (PV) | 1,81 | | | 7% | % VARIOS | 0,16 |
| | | | | ∑ C.P= CxP + | 4,23 | | | FC=1+D | TOTAL | 2,42 |
| | | | | U1=PV-∑CP | 1,81 | | | D=10% | C. PAX | 2,42 |
| | | | | U2=P.V.S-PV | 0,00 | | | CR=FC*CK | C.M.P O VENTA | 0,35 |
| | | | | U neta= U1+ | 1,81 | | | | P.V. | 6,04 |
| | | | | | | | | | P.V.P | 6,04 |



Anexo H: Receta estándar de alfajores rellenos con crema de chocolate negro

|  ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR  | | | | | | | | | | |
|--|---------------------|----------|----------------|-------------------------|-------------------|---------------------|--|--------------------|---------------|--------|
| NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: ALFAJORES RELLENOS DE CREMA DE CHOCOLATE | | | | | | | FECHA DE ELABORACIÓN: 15/07/2018 | | 20 | |
| TIPO DE MENÚ | BOCADITO | ENTRADA | PLATO FUERTE X | POSTRE | MENÚ COMPLETO | OTROS (especificar) | ALFAJORES RELLENOS DE CREMA DE CHOCOLATE NEGRO | | | |
| CONSERVACIÓN | ambiente | | refrigeración | X | congelación | | otros | | | |
| Siglas Menú Completo | PRODUCTO | CANTIDAD | UNIDAD | MISE EN PLACE | CORTE | MÉTODO DE COCCIÓN | TÉCNICA CULINARIA | | | |
| | | | | | | | cantidad | unidad | costo uni | PRECIO |
| | Mantequilla | 200 | g | cremar | | indirecto | 454 | lb | 0,9 | 0,05 |
| | Maicena | 300 | g | tamizar | | indirecto | 454 | lb | 0,5 | 0,33 |
| | Azúcar impalpable | 150 | g | cremar | | indirecto | 1 | unidad | 3,2 | 1,06 |
| | Yemas de huevo | 3 | u | | | | 1 | litro | 0 | 0,00 |
| | Polvo de hornear | 5 | g | tamizar | | directo | 1 | lb | 5 | 0,06 |
| | Harina | 375 | g | tamizar | | directo | 1 | lb | 0,5 | 0,41 |
| | Esencia de vainilla | 10 | ml | | | | 454 | lb | 2,75 | 0,03 |
| | Ralladura de limón | 10 | g | rallar | | | 454 | lb | 3 | 0,07 |
| | Chocolate | 100 | ml | | medias lunas | | 1 | lb | 2,75 | 0,61 |
| | Crema | 100 | ml | | | | 4 | lt | 9 | 0,90 |
| | | | | CÁLCULOS | RESULTADOS | IMPREVISTOS | | C. VARIABLE | | |
| | | | | C.I.F 30% (PV) | 0,16 | | 7% | % VARIOS | 3,50 | |
| | | | | $\sum C.P = CxP +$ | 0,35 | | FC=1+D | TOTAL | | |
| | | | | $U1 = PV - \sum CP$ | 0,19 | | D=10% | C. PAX | | |
| | | | | $U2 = P.V.S - PV$ | 0,00 | | CR=FC*CK | 35% | C.M.P O VENTA | |
| | | | | $U \text{ neta} = U1 +$ | 0,19 | | | P.V. | | |
| | | | | | | | | P.V.P | | |
| | | | | | | | | 0,54 | | |



Anexo I: Receta estándar de suspiros de taxo

|  | | ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR | | | | |  | | | | |
|---|-------------------|---|----------------|----------------|---------------|--|---|-------------|---------------|--------|--|
| NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: SUSPIRO DE TAXO | | | | | | FECHA DE ELABORACIÓN: 15/07/2018 | | 10 | | | |
| TIPO DE MENÚ | BOCADITO | ENTRADA | PLATO FUERTE X | POSTRE | MENÚ COMPLETO | OTROS (especificar) chesese cake con bas crocante y cubiero con salsa de uvilla | | | | | |
| CONSERVACION | ambiente | | refrigeración | X | congelación | | | otros | | | |
| Siglas Menú Completo | PRODUCTO | CANTIDAD | UNIDAD | MISE EN PLACE | CORTE | MÉTODO DE COCCIÓN | TÉCNICA CULINARIA | | | | |
| | | | | | | | cantidad | unidad | costo uni | PRECIO | |
| | Gelatina de taxo | 60 | g | | | húmedo indirecto | 454 | lb | 2,5 | 0,04 | |
| | Claras de huevo | 2 | u | | | húmedo indirecto | 1 | unidad | 0,05 | 0,10 | |
| | Mermelada de taxo | 20 | ml | | | húmedo indirecto | 1 | lt | 5 | 0,10 | |
| | Cremer tartaro | 10 | g | | | | 250 | g | 1,5 | 0,06 | |
| | Colante | 2 | ml | | | húmedo directo | 100 | ml | 1 | 0,02 | |
| | | | | CÁLCULOS | RESULTADOS | IMPREVISTOS | | C. VARIABLE | 0,32 | | |
| | | | | C.I.F 30% (PV) | 0,03 | | | 7% | % VARIOS | 0,02 | |
| | | | | ∑. C.P= CxP + | 0,06 | | | FC=1+D | TOTAL | 0,34 | |
| | | | | U1=PV-∑CP | 0,03 | | | D=10% | C. PAX | 0,03 | |
| | | | | U2=P.V.S-PV | 0,00 | | | CR=FC*CK | C.M.P O VENTA | 0,35 | |
| | | | | U neta= U1+ | 0,03 | | | | P.V. | 0,10 | |
| | | | | | | | | | P.V.P | 0,10 | |



Anexo J: Receta estándar de suspiros de uvilla

|  | | ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR | | | | |  | | | | |
|---|---------------------|---|----------------|----------------|-------------------|----------------------------------|---|----------|-------------|---------------|------|
| NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: SUSPIRO DE UVILLA | | | | | | FECHA DE ELABORACIÓN: 15/07/2018 | | 10 | | | |
| TIPO DE MENÚ | BOCADITO | ENTRADA | PLATO FUERTE X | POSTRE | MENÚ COMPLETO | OTROS (especificar) | chesese cake con bas crocante y cubiero con salsa de uvilla | | | | |
| CONSERVACIÓN | ambiente | | refrigeración | X | congelación | | otros | | | | |
| Siglas Menú Completo | PRODUCTO | CANTIDAD | UNIDAD | MISE EN PLACE | TÉCNICA CULINARIA | | | | | | |
| | | | | | CORTE | MÉTODO DE COCCIÓN | cantidad | unidad | costo uni | PRECIO | |
| | Gelatina de uvilla | 60 | g | | | indirecto | 454 | lb | 2,5 | 0,04 | |
| | Claras de huevo | 2 | u | | | indirecto | 1 | unidad | 0,05 | 0,10 | |
| | Mermelada de uvilla | 20 | ml | | | húmedo | 1 | lt | 5 | 0,10 | |
| | Cremer tartaro | 10 | g | | | indirecto | 250 | g | 1,5 | 0,06 | |
| | Colante | 2 | ml | | | directo | 100 | ml | 1 | 0,02 | |
| | | | | CÁLCULOS | RESULTADOS | IMPREVISTOS | | | C. VARIABLE | 0,32 | |
| | | | | C.I.F 30% (PV) | 0,03 | | | 7% | % VARIOS | 0,02 | |
| | | | | ∑. C.P= CxP + | 0,06 | | | FC=1+D | TOTAL | 0,34 | |
| | | | | U1=PV-∑CP + | 0,03 | | | D=10% | C. PAX | 0,03 | |
| | | | | U2=P.V.S-PV | 0,00 | | | CR=FC*CK | 35% | C.M.P O VENTA | 0,35 |
| | | | | U neta= U1+ | 0,03 | | | | P.V. | 0,10 | |
| | | | | | | | | | P.V.P | 0,10 | |



Anexo K: Receta estándar de semifrío de taxo

|  | | ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR | | | | |  | | | | |
|---|-------------------|---|----------------|---------------|------------------|------------------------|---|----------|----------------------------------|---------------|------|
| NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: SEMI FRÍO DE TAXO | | | | | | | | | FECHA DE ELABORACIÓN: 15/07/2018 | | 15 |
| TIPO DE MENÚ | BOCADITO | ENTRADA | PLATO FUERTE X | POSTRE | MENÚ COMPLETO | OTROS (especificar) 16 | | | | | |
| CONSERVACIÓN | ambiente | | refrigeración | x | congelación | otros | | | | | |
| Siglas Menú Completo | PRODUCTO | CANTIDAD | UNIDAD | MISE EN PLACE | CORTE | MÉTODO DE COCCIÓN | TÉCNICA CULINARIA | | | | |
| | | | | | | | cantidad | unidad | costo uni | PRECIO | |
| | Harina | 300 | g | | | indirecto | 454 | lb | 0,5 | 0,04 | |
| | Huevos | 2 | u | | | indirecto | 1 | unidad | 0,1 | 0,20 | |
| | Aceite | 100 | ml | | | húmedo | 1 | lt | 1,5 | 0,20 | |
| | Sal | 10 | g | | | | 1 | lb | 0,35 | 0,01 | |
| | Polvo de hornear | 8 | g | | | directo | 1 | lb | 5 | 0,09 | |
| | Azúcar | 80 | g | | | directo | 1 | lb | 0,5 | 0,09 | |
| | Pulpa de taxo | 100 | ml | | | | 1000 | ml | 1 | 0,10 | |
| | Crema de leche | 800 | ml | | | | 4000 | ml | 9 | 1,80 | |
| | Gelatina sí sabor | 20 | ml | | | | 1 | lb | 3,2 | 0,14 | |
| | Fresas | 180 | g | | | | 1 | lb | 1 | 0,40 | |
| | Chocolate | 60 | g | | | | 1 | lb | 2,75 | 0,17 | |
| | | | | | CÁLCULOS | RESULTADOS | IMPREVISTOS | | C. VARIABLE | 3,22 | |
| | | | | | C.I.F 30% (P.V.) | 0,20 | | 7% | % VARIOS | 0,23 | |
| | | | | | Σ. C.P= CxP + | 0,43 | | FC=1+D | TOTAL | 3,45 | |
| | | | | | U1=PV-ΣCP | 0,23 | | D=10% | C. PAX | 0,23 | |
| | | | | | U2=P.V.S-PV | 0,00 | | CR=FC*CK | 35% | C.M.P O VENTA | 0,35 |
| | | | | | U neta= U1+ | 0,23 | | | P.V. | 0,66 | |
| | | | | | | | | | P.V.P | 0,66 | |



Anexo L: Receta estándar de semifrío de tuna

|  | | ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR | | | | |  | | | |
|---|-------------------|---|----------------|----------------|-------------------|----------------------------------|---|-------------|---------------|--------|
| NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: SEMI FRÍO DE TUNA | | | | | | FECHA DE ELABORACIÓN: 15/07/2018 | | 16 | | |
| TIPO DE MENÚ | BOCADITO | ENTRADA | PLATO FUERTE X | POSTRE | MENÚ COMPLETO | OTROS (especificar) 15 | | | | |
| CONSERVACION | ambiente | | refrigeración | X | congelación | otros | | | | |
| Siglas Menú Completo | PRODUCTO | CANTIDAD | UNIDAD | MISE EN PLACE | TÉCNICA CULINARIA | | | | | |
| | | | | | CORTE | MÉTODO DE COCCIÓN | cantidad | unidad | costo uni | PRECIO |
| | Harina | 300 | g | | | indirecto | 454 | lb | 0,5 | 0,04 |
| | Huevos | 2 | u | | | indirecto | 1 | unidad | 0,1 | 0,20 |
| | Aceite | 100 | ml | | | indirecto | 1 | lt | 1,5 | 0,20 |
| | Sal | 10 | g | | | | 1 | lb | 0,35 | 0,01 |
| | Polvo de hornear | 8 | g | | | directo | 1 | lb | 5 | 0,09 |
| | Azúcar | 80 | g | | | directo | 1 | lb | 0,5 | 0,09 |
| | Pulpa de tuna | 100 | ml | | | | 1000 | ml | 1,4 | 0,14 |
| | Crema de leche | 800 | g | | | | 4000 | ml | 9 | 1,80 |
| | Gelatina si sabor | 20 | ml | | | | 1 | lb | 3,2 | 0,14 |
| | Fresas | 180 | g | | | | 1 | lb | 1 | 0,40 |
| | Chocolate | 60 | g | | | | 1 | lb | 2,75 | 0,17 |
| | | | | CÁLCULOS | RESULTADOS | IMPREVISTOS | | C. VARIABLE | | |
| | | | | C.I.F 30% (PV) | 0,16 | | 7% | % VARIOS | 3,26 | 0,23 |
| | | | | Σ. C.P= CxP + | 0,38 | | FC=1+D | TOTAL | 3,49 | |
| | | | | U1=PV-ΣCP | 0,16 | | D=10% | C. PAX | 0,22 | |
| | | | | U2=P.V.S-PV | 0,00 | | CR=FC*CK | 35% | C.M.P O VENTA | 0,35 |
| | | | | U neta= U1+ | 0,16 | | | P.V. | 0,55 | |
| | | | | | | | | P.V.P | 0,55 | |



Anexo M: Receta estándar de esferas rellenas de cremoso de mora

|  ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR  | | | | | | | | | | | |
|--|------------------|----------|----------------|-----------------|-------------------|----------------------------------|-------------------------------------|--------------------|-----------|---------------|------|
| NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: ESFERAS RELLENAS DE CREMOSO DE MORA | | | | | | FECHA DE ELABORACIÓN: 15/07/2018 | | 15 | | | |
| TIPO DE MENÚ | BOCADITO | ENTRADA | PLATO FUERTE X | POSTRE | MENÚ COMPLETO | OTROS (especificar) | ESFERAS RELLENAS DE CREMOSO DE MORA | | | | |
| CONSERVACIÓN | ambiente | | refrigeración | X | congelación | | otros | | | | |
| Siglas Menú Completo | PRODUCTO | CANTIDAD | UNIDAD | MISE EN PLACE | CORTE | MÉTODO DE COCCIÓN | TÉCNICA CULINARIA | | | | |
| | | | | | | | cantidad | unidad | costo uni | PRECIO | |
| | Crema chantipack | 100 | ml | | | indirecto | 1000 | ml | 3,2 | 0,32 | |
| | Azúcar | 80 | g | | | directo | 1 | lb | 0,5 | 0,09 | |
| | Pulpa de mora | 100 | ml | | | | 1000 | ml | 1 | 0,10 | |
| | Crema de leche | 800 | g | | | | 4000 | ml | 9 | 1,80 | |
| | Franbuesa | 300 | g | | | | 1 | lb | 2 | 1,32 | |
| | Chocolate | 300 | g | | | | 1 | lb | 2,75 | 1,82 | |
| | | | | CÁLCULOS | RESULTADOS | IMPREVISTOS | | C. VARIABLE | 5,45 | | |
| | | | | C.I.F 30% (PV) | 0,33 | | | 7% | % VARIOS | 0,38 | |
| | | | | ∑ C.P= CxP + | 0,72 | | | FC=1+D | TOTAL | 5,83 | |
| | | | | U1=PV-∑CP | 0,39 | | | D=10% | C. PAX | 0,39 | |
| | | | | U2=P.V.S-PV | 0,00 | | | CR=FC*CK | 35% | C.M.P O VENTA | 0,35 |
| | | | | U neta= U1+ | 0,39 | | | | P.V. | 1,11 | |
| | | | | | | | | | P.V.P | 1,11 | |



Anexo N: Receta estándar de esferas rellanas de cremosos de maracuyá

|  | | ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR | | | | |  | | | | |
|---|-------------------|---|----------------|------------------|-------------------|----------------------------------|---|--------------|---|---------------|------|
| NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: ESFERAS RELLENAS DE CREMOSO DE MARACUYA | | | | | | FECHA DE ELABORACIÓN: 15/07/2018 | | 15 | | | |
| TIPO DE MENÚ | BOCADITO | ENTRADA | PLATO FUERTE X | POSTRE | MENÚ COMPLETO | OTROS (especificar) | | | ESFERAS RELLENAS DE CREMOSO DE MARACUYA | | |
| CONSERVACIÓN | ambiente | | refrigeración | X | congelación | otros | | | | | |
| Siglas Menú Completo | PRODUCTO | CANTIDAD | UNIDAD | MISE EN PLACE | TÉCNICA CULINARIA | | | | | | |
| | | | | | CORTE | MÉTODO DE COCCIÓN | cantidad | unidad | costo uni | PRECIO | |
| | Crema chantipack | 100 | ml | | | indirecto | 1000 | ml | 3,2 | 0,32 | |
| | Azúcar | 80 | g | | | directo | 1 | lb | 0,5 | 0,09 | |
| | Pulpa de maracuyá | 100 | ml | | | | 1000 | ml | 1 | 0,10 | |
| | Crema de leche | 800 | g | | | | 4000 | ml | 9 | 1,80 | |
| | Franbuesa | 300 | g | | | | 1 | lb | 3 | 1,98 | |
| | Chocolate | 300 | g | | | | 1 | lb | 2,75 | 1,82 | |
| | | | | CÁLCULOS | RESULTADOS | IMPREVISTOS | | | C. VARIABLE | 6,11 | |
| | | | | C.I.F 30% (P.V.) | 0,37 | | | 7% | % VARIOS | 0,43 | |
| | | | | Σ C.P = CxP + | 0,81 | | | | TOTAL | 6,54 | |
| | | | | U1 = PV - ΣCP | 0,44 | | | | C. PAX | 0,44 | |
| | | | | U2 = P.V.S - PV | 0,00 | | | CR = FC * CK | 35% | C.M.P O VENTA | 0,35 |
| | | | | U neta = U1 + | 0,44 | | | | P.V. | 1,24 | |
| | | | | | | | | | P.V.P | 1,24 | |



Anexo Ñ: Receta estándar de milkshake de taxo

|  | | ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR | | | | |  | | | |
|---|----------------|---|----------------|---------------------------|-------------------|----------------------------------|---|-------------|-------------------|--------|
| NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: MILKSHAKE DE TAXO | | | | | | FECHA DE ELABORACIÓN: 15/07/2018 | | 1 | | |
| TIPO DE MENÚ | BOCADITO | ENTRADA | PLATO FUERTE X | POSTRE | MENÚ COMPLETO | OTROS (especificar) | | | MILKSHAKE DE TAXO | |
| CONSERVACIÓN | ambiente | | refrigeración | X | congelación | otros | | | | |
| Siglas Menú Completo | PRODUCTO | CANTIDAD | UNIDAD | MISE EN PLACE | TÉCNICA CULINARIA | | | | | |
| | | | | | CORTE | MÉTODO DE COCCIÓN | cantidad | unidad | costo uni | PRECIO |
| | Helado | 80 | ml | | | indirecto | 1000 | ml | 2 | 0,16 |
| | Leche | 150 | g | | | directo | 1 | lt | 0,6 | 0,09 |
| | Pulpa de taxo | 100 | ml | | | | 1000 | ml | 1 | 0,10 |
| | Crema de leche | 100 | g | | | | 4000 | ml | 9 | 0,23 |
| | Crema batida | 20 | g | | | | 1 | lt | 1,2 | 0,02 |
| | Chocolate | 10 | g | | | | 1 | lb | 2,75 | 0,06 |
| | | | | CÁLCULOS | RESULTADOS | IMPREVISTOS | | C. VARIABLE | 0,66 | |
| | | | | C.I.F 30% (PV) | 0,50 | | 7% | % VARIOS | 0,05 | |
| | | | | $\sum C.P = C \times P +$ | 1,21 | | FC=1+D | TOTAL | 0,71 | |
| | | | | $U1 = PV - \sum CP$ | 0,47 | | D=10% | C. PAX | 0,71 | |
| | | | | $U2 = P.V.S - PV$ | 0,00 | | CR=FC*CK | 35% | C.M.P O VENTA | 0,35 |
| | | | | $U \text{ neta} = U1 +$ | 0,47 | | | P.V. | 1,68 | |
| | | | | | | | | P.V.P | 1,68 | |



Anexo O: Receta estándar de milkshake de mora

|  | | ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR | | | | |  | | | | |
|---|----------------|---|----------------|-------------------------|-------------------|----------------------------------|---|-------------|-----------|---------------|------|
| NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: MILKSHAKE MORA | | | | | | FECHA DE ELABORACIÓN: 15/07/2018 | | 1 | | | |
| TIPO DE MENÚ | BOCADITO | ENTRADA | PLATO FUERTE X | POSTRE | MENÚ COMPLETO | OTROS (especificar) | MILKSHAKE MORA | | | | |
| CONSERVACIÓN | ambiente | | refrigeración | X | congelación | | otros | | | | |
| Siglas Menú Completo | PRODUCTO | CANTIDAD | UNIDAD | MISE EN PLACE | TÉCNICA CULINARIA | | | | | | |
| | | | | | CORTE | MÉTODO DE COCCIÓN | cantidad | unidad | costo uni | PRECIO | |
| | Helado | 80 | ml | | | indirecto | 1000 | ml | 2 | 0,16 | |
| | Leche | 150 | g | | | húmedo | 1 | lt | 0,9 | 0,14 | |
| | Pulpa de mora | 100 | ml | | | | 1000 | ml | 1 | 0,10 | |
| | Crema de leche | 100 | g | | | | 4000 | ml | 9 | 0,23 | |
| | Crema batida | 20 | g | | | | 1 | lt | 1,2 | 0,02 | |
| | Chocolate | 10 | g | | | | 1 | lb | 2,75 | 0,06 | |
| | | | | CÁLCULOS | RESULTADOS | IMPREVISTOS | | C. VARIABLE | 0,70 | | |
| | | | | C.I.F 30% (PV) | 0,53 | | | 7% | % VARIOS | 0,05 | |
| | | | | $\sum C.P = CxP +$ | 1,28 | | | FC=1+D | TOTAL | 0,75 | |
| | | | | $U1 = PV - \sum CP$ | 0,47 | | | D=10% | C. PAX | 0,75 | |
| | | | | $U2 = P.V.S - PV$ | 0,00 | | | CR=FC*CK | 35% | C.M.P O VENTA | 0,35 |
| | | | | $U \text{ neta} = U1 +$ | 0,47 | | | | P.V. | 1,75 | |
| | | | | | | | | | P.V.P | 1,75 | |

Anexo P: Receta estándar de milkshake de oreo

|  ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR  | | | | | | | | | | |
|--|----------------|----------|----------------|---------------------|---------------|--|-------------------|--------|---------------|--------|
| NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: MILKSHAKE OREO | | | | | | FECHA DE ELABORACIÓN: 15/07/2018 | | 1 | | |
| TIPO DE MENÚ | BOCADITO | ENTRADA | PLATO FUERTE X | POSTRE | MENÚ COMPLETO | OTROS (especificar) MILKSHAKE OREO | | | | |
| CONSERVACIÓN | ambiente | | refrigeración | X | congelación | | | otros | | |
| Siglas Menú Completo | PRODUCTO | CANTIDAD | UNIDAD | MISE EN PLACE | CORTE | MÉTODO DE COCCIÓN | TÉCNICA CULINARIA | | | |
| | | | | | | | cantidad | unidad | costo uni | PRECIO |
| | Helado | 80 | ml | | | indirecto | 1000 | ml | 2 | 0,16 |
| | Leche | 150 | g | | | húmedo | 1 | lt | 0,9 | 0,14 |
| | Oreo | 100 | g | | | | 1 | lb | 1 | 0,22 |
| | Crema de leche | 100 | g | | | | 4000 | ml | 9 | 0,23 |
| | Crema batida | 20 | g | | | | 1 | lt | 1,2 | 0,02 |
| | Chocolate | 10 | g | | | | 1 | lb | 2,75 | 0,06 |
| | | | | CÁLCULOS | RESULTADOS | IMPREVISTOS | | | C. VARIABLE | 0,82 |
| | | | | C.I.F 30% (PV) | 0,53 | | | 7% | % VARIOS | 0,06 |
| | | | | $\sum C.P = CxP +$ | 1,41 | | FC=1+D | | TOTAL | 0,88 |
| | | | | $U1 = PV - \sum CP$ | 0,35 | | D=10% | | C. PAX | 0,88 |
| | | | | $U2 = P.V.S - PV$ | 0,00 | | CR=FC*CK | 35% | C.M.P O VENTA | 0,35 |
| | | | | U neta= U1+ | 0,35 | | | | P.V. | 1,77 |
| | | | | | | | | | P.V.P | 1,77 |

Anexo Q: Receta estándar de café

|  | | ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR | | | |  | | | | | | |
|---|----------|---|----------------|----------------|-------------------|---|----------|-------------|-----------|---------------|------|--|
| NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: CAFÉ EXPRESO | | | | | | FECHA DE ELABORACIÓN: 15/07/2018 | | 1 | | | | |
| TIPO DE MENÚ | BOCADITO | ENTRADA | PLATO FUERTE X | POSTRE | MENÚ COMPLETO | OTROS (especificar) | | | | | | |
| CONSERVACION | ambiente | | refrigeración | X | congelación | CAFÉ EXPRESO | | | | | | |
| Siglas Menú Completo | PRODUCTO | CANTIDAD | UNIDAD | MISE EN PLACE | TÉCNICA CULINARIA | | | | | | | |
| | | | | | CORTE | MÉTODO DE COCCIÓN | cantidad | unidad | costo uni | PRECIO | | |
| | Café | 20 | g | | | indirecto | 1000 | g | 6 | 0,12 | | |
| | Agua | 240 | ml | | | directo | | | 0 | 0,00 | | |
| | Azúcar | 30 | ml | | | | | 1 | 0,5 | 0,03 | | |
| | | | | | | | | | | | | |
| | | | | CÁLCULOS | RESULTADOS | IMPREVISTOS | | C. VARIABLE | 0,15 | | | |
| | | | | C.I.F 30% (PV) | 0,15 | | | 7% | % VARIOS | 0,01 | | |
| | | | | Σ. C.P= CxP + | 0,31 | | | FC=1+D | TOTAL | 0,16 | | |
| | | | | U1=PV-ΣCP | 0,18 | | | D=10% | C. PAX | 0,16 | | |
| | | | | U2=P.V.S-PV | 0,00 | | | CR=FC*CK | 35% | C.M.P O VENTA | 0,35 | |
| | | | | U neta= U1+ | 0,18 | | | | P.V. | 0,50 | | |
| | | | | | | | | | P.V.P | 0,50 | | |

Anexo R: Receta estándar de mocca de chocolate

| TIPO DE MENÚ | | BOCADITO | ENTRADA | PLATO FUERTE X | POSTRE | MENÚ COMPLETO | OTROS (especificar) | | MOCA CHOCOLATE | | | |
|---|----------------|----------|---------------|----------------|-------------------|----------------------------------|---------------------|-------------|----------------|---------------|------|--|
| NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: MOCA CHOCOLATE | | | | | | FECHA DE ELABORACIÓN: 15/07/2018 | | | | 1 | | |
| CONSERVACIÓN | ambiente | | refrigeración | X | congelación | otros | | | | | | |
| Siglas Menú Completo | PRODUCTO | CANTIDAD | UNIDAD | MISE EN PLACE | TÉCNICA CULINARIA | | | | | | | |
| | | | | | CORTE | MÉTODO DE COCCIÓN | cantidad | unidad | costo uni | PRECIO | | |
| | Helado | 80 | ml | | | indirecto | 1000 | ml | 2 | 0,16 | | |
| | Leche | 500 | g | | | húmedo | 1 | lt | 0,9 | 0,45 | | |
| | Oreo | 100 | g | | | | 1 | lb | 1 | 0,22 | | |
| | Crema de leche | 100 | g | | | | 4000 | ml | 9 | 0,23 | | |
| | Crema batida | 20 | g | | | | 1 | lt | 1,2 | 0,05 | | |
| | Azúcar | 40 | | | | | 1 | lb | 0,5 | 0,02 | | |
| | Chocolate | 10 | g | | | | 1 | lb | 2,75 | 0,06 | | |
| | | | | CÁLCULOS | RESULTADOS | IMPREVISTOS | | C. VARIABLE | 1,19 | | | |
| | | | | C.I.F 30% (PV) | 0,76 | | | 7% | % VARIOS | 0,08 | | |
| | | | | Σ. C.P= CxP + | 2,04 | | | FC=1+D | TOTAL | 1,27 | | |
| | | | | U1=PV-ΣCP | 0,51 | | | D=10% | C. PAX | 1,27 | | |
| | | | | U2=P.V.S-PV | 0,00 | | | CR=FC*CK | 35% | C.M.P O VENTA | 0,35 | |
| | | | | U neta= U1+ | 0,51 | | | | P.V. | 2,54 | | |
| | | | | | | | | | P.V.P | 2,54 | | |

*Delicias
de
Azúcar*



UN DULCE PLACER

POSTRES

Individual



| | |
|---|-------------|
| ALFAJORES RELLENOS DE CREMA DE CHOCOLATE NEGRO | 0,55 |
| TARDALETAS CON JALEA DE TOMATE | 0,25 |
| SUSPIRO DE TAXO | 0,10 |
| SUSPIRO DE UVILLA | 0,10 |
| SEMI FRÍO DE TAXO | 0,70 |
| SEMI FRÍO DE TUNA | 0,55 |
| ESFERAS RELLENAS DE CREMOSO DE MORA | 1,15 |
| ESFERAS RELLENAS DE CREMOSO DE MARACUYÀ | 1,25 |

*Delicias
de
Azúcar*



UN DULCE PLACER

BEBIDAS



Individual



| | |
|--------------------|--------|
| MILKSHAKE DE TAXO. | \$1,70 |
| MILSHAKE DEMORA | \$1,75 |
| MILKSHAKE DE OREO | \$1.80 |
| CAFÉ EXPRESO | \$050 |
| MOCA CHOCOLATE | \$2.45 |

\$2.4

Delicias
de
Azúcar



UN DULCE PLACER



TORTAS

Individual ~~X~~ Familiar

| | | |
|---|------|-------|
| CHEESE CAKE EN SALSA DE UVILLA | 1,50 | 10,10 |
| BRAZO GITANO CON RELLENO DE MORA | 1,00 | 7,30 |
| TORTA HÚMEDA DE CHOCOLATE RELLENA CON SALSA DE FRESA | 1,25 | 7,20 |
| MOUSSE DE MARACUYÁ CON SALSA DE TUNA | 1,35 | 8,55 |
| MOUSSE DE UVILLA CON SALSA DE TUNA | 1,40 | 7,90 |
| TORTA HUMEDECIDA DE ALMÍBAR DE TUNA | 1,25 | 6,35 |
| BIZCOCHO DE VAINILLA EN CREMA DE NARANJA | 1,25 | 6,05 |

Combo familiar de 12 a
15 porciones

INTRODUCCIÓN

La pastelería y repostería gourmet “Delicias de Azúcar” nace tras la demanda de la población de contar con un establecimiento moderno, a la vez que proporcione elegancia y comodidad a cada uno de sus clientes tanto internos como externos.

Por ello, el presente manual tiene como finalidad facilitar el desempeño de todo el equipo de trabajo dentro de las instalaciones de la repostería, optimizando recursos y tiempo; y a la vez se pueda garantizar que los productos que se ofertan sean productos higiénicos, de calidad y sobre todo de un sabor inigualable, para lograr la satisfacción del consumidor.

El manual es una guía la cual consta de toda la información necesaria y detallada sobre el establecimiento como: misión, visión, políticas y, sobre todo, las especificaciones de las funciones a desempeñar en cada una de las áreas dentro de la repostería.

OBJETIVOS

GENERAL

Proporcionar al staff de trabajo una guía completa y detallada la cual indique cuales son las funciones de cada trabajador dentro las áreas con las que cuenta el establecimiento.

ESPECÍFICOS

- Formar a todo el personal en relación al cargo y área asignado.
- Verificar los procesos establecidos que permiten alcanzar las metas.

MISIÓN Y VISIÓN

MISIÓN

Delicias de Azúcar es una empresa innovadora que se dedica elaborar postres con estilo gourmet, con implementos de decoración indispensables, personal calificado, además de aplicar normas de higiene y manufactura para satisfacer a los más exigentes paladares.

VISIÓN

Ser una Pastelería y Repostería Gourmet líder en el mercado del Cantón Salcedo ofreciendo excelentes productos, donde aplicará técnicas de decoración actual y moderna, utilizando tecnología de punta, con personal altamente capacitado, en un periodo de cinco años en el mercado, para cumplir con las expectativas de nuestros clientes.

POLÍTICAS

Las políticas indican cuales son las responsabilidades a ser cumplidas por cada uno de los miembros del establecimiento, por tanto, para ser ejecutadas cuentan con una serie de estrategias las cuales mantienen la armonía interna entre empleados como también la satisfacción del cliente.

| POLÍTICAS | ESTRATEGIAS |
|--|---|
| Excelente servicio a nuestros clientes | <ul style="list-style-type: none">• Selección de personal apto para cumplir con su trabajo• Ofrecer un ambiente tranquilo y acogedor.• Trato cortés y amable a nuestros clientes |
| Menú amplio y variado | <ul style="list-style-type: none">• Innovación en los productos utilizando frutas andinas propias de la zona.• Oferta diferente y variada en los productos tales como: tortas, cheese cake, mousses etc.• Proporcionar al cliente productos sanos con un excelente sabor, textura y decoración. |
| Productos de calidad | <ul style="list-style-type: none">• Selección de materia prima de calidad para la elaboración de los productos.• Aplicación de las normas de higiene antes, durante y después del proceso de producción.• Aplicación de técnicas y métodos aprendidos durante la carrera de estudios. |

VALORES Y PRINCIPIOS

VALORES AXIOLÓGICOS

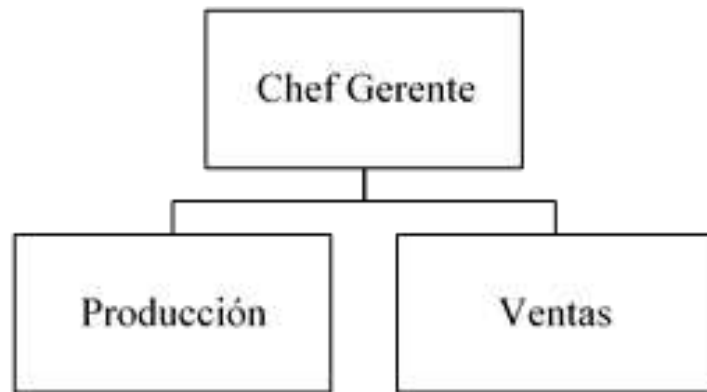
- Respeto
- Cortesía
- Honestidad
- Tolerancia

- Paciencia
- Constancia
- Perseverancia
- Humildad
- Prudencia

VALORES DE TRABAJO

- Innovación
- Liderazgo
- Cooperación
- Autenticidad
- Puntualidad
- Responsabilidad
- Lealtad
- Colaboración

ORGANIGRAMA FUNCIONAL



MANUAL DE FUNCIONES

Identificación

| | |
|---------------------------|----------------------------|
| Puesto de trabajo: | Pastelero |
| Código de puesto: | 001 |
| Número de plazas: | 1 |
| Ubicación física: | Área de producción- cocina |

Especificaciones del puesto

| | |
|------------------------------|--|
| Formación: | Chef |
| Experiencia: | 2 años |
| Propósito del puesto: | Elabora postres y decoraciones para los postres, control de temperaturas, llevar el uniforme completo en toda la jornada laboral, aplicar normas de higiene. |
| Aptitudes: | Innovador, responsable, rapidez, puntual |
| Actitudes: | Optimista, perseverante, activo |

Descripción de puesto

Funciones

Dirige, controla, planifica y coordina las tareas en la pastelería

Planifica y distribuye el trabajo diario

Vigila y controla la elaboración de masas y batidos

Verificar la calidad materia prima

Elaborar diferentes postres previamente planificados

Realizar decoraciones gourmet para los diferentes postres

MANUAL DE FUNCIONES

Identificación

| | |
|---------------------------|---------------------------|
| Puesto de trabajo: | Ayudante de pastelería |
| Código de puesto: | 002 |
| Número de plazas: | 1 |
| Ubicación física: | Área de producción-cocina |

Especificaciones del puesto

| | |
|------------------------------|---|
| Formación: | Bachiller |
| Experiencia: | 6 meses |
| Propósito del puesto: | Misen place de masas y elaboración de salsas Limpieza Control de temperaturas Llevar el uniforme completo y limpio |
| Aptitudes: | Responsable, rápido, puntual, comedido, leal |
| Actitudes: | Positivo, deseo de mejorar, constante |

Descripción de puesto

Funciones

- Sustituye al chef pastelero en su ausencia.
 - Recibir órdenes del chef pastelero.
 - Realiza el mise in place de masas.
 - Prepara salsas, jaleas, mermeladas, rellenos.
 - Ejecuta el arreglo y limpieza de la pastelería.
-

MANUAL DE FUNCIONES

Identificación

| | |
|---------------------------|--------------------------|
| Puesto de trabajo: | Cajero-Mesero |
| Código de puesto: | 003 |
| Número de plazas: | 1 |
| Ubicación física: | Área de servicio- ventas |

Especificaciones del puesto

| | |
|------------------------------|---|
| Formación: | Contador |
| Experiencia: | 6 meses |
| Propósito del puesto: | Atención a clientes Abrir la caja registradora y realizar cobros de productos. |
| Aptitudes: | Responsable, puntual, ordenado |
| Actitudes: | Amable, Cortes, atento |

Descripción de puesto

Funciones

- Abrir la caja registradora
 - Atender público y realizar cobros.
 - Informar sobre promociones a los clientes
 - Entregar pedidos en el área de repostería
 - Realizar el cierre la caja
 - Cuadrar la caja y contabilidad de dinero
 - Identificar y solucionar problemas en la atención de los clientes
-

SALARIOS

| Cargo | Salario | | |
|-----------------------|----------------|-------------------|--------------|
| | Mensual | Trimestral | Anual |
| Pastelero | 420,00 | 1.260,00 | 5.040,00 |
| Ayudante | 386,00 | 1.158,00 | 4.632,00 |
| Cajero- mesero | 386,00 | 1.158,00 | 4.632,00 |

CONCEPTOS BÁSICOS

Seguridad Alimentaria

Es un estado en el cual todas las personas gozan, en forma oportuna y permanente, de acceso físico, económico y social a los alimentos que necesitan, en cantidad y calidad, para su adecuado consumo y utilización biológica, garantizándoles un estado de bienestar general que coadyuve al logro de su desarrollo.

HACCP

El sistema Hazard Analysis Critical Control Point (HACCP) es un sistema preventivo, que permite identificar peligros específicos y medidas para su control con el fin de garantizar la inocuidad de los alimentos, puede aplicarse a lo largo de toda la cadena alimentaria, desde el productor primario hasta el consumidor final.

BPM

Buenas Prácticas de Manufactura (B.P.M.) son los principios básicos y prácticas generales de higiene en la manipulación, preparación, elaboración, envasado y almacenamiento de alimentos para consumo humano, con el objeto de garantizar que los alimentos se fabriquen en condiciones sanitarias adecuadas y se disminuyan los riesgos inherentes a la producción

Contaminación Cruzada

Se conoce como Contaminación Cruzada al proceso por el cual los alimentos entran en contacto con sustancias ajenas a su composición, generalmente nocivas para la salud.

Mise en Place

Se le llama también puesta a punto; es la preparación de los géneros para su terminación, en el momento requerido, es decir la mecánica del trabajo diario, durante las horas anteriores al servicio del comedor, limpieza, aderezos, etc.

Limpieza

Cubre todos los procesos implicados en la eliminación de todo tipo de suciedad de las superficies y el equipo, pero no los que corresponden a la desinfección. Los desechos a eliminarse con la limpieza son residuos de comida, tierra, grasas y otros residuos.

Desinfección

Comprende todos los procesos implicados en la destrucción de la mayoría de los microorganismos de las superficies y del equipo, pero no necesariamente de las esporas bacterianas. Aunque persisten algunos microorganismos viables estos no deben afectar a la calidad microbiológica de los alimentos que están en contacto con las superficies desinfectantes

NORMAS DE HIGIENE DEL PERSONAL

Cómo y Cuándo Lavarse las manos

Aunque lavarse las manos parezca fundamental la mayoría de los empleados no lo hacen correctamente o con la frecuencia necesaria.

Las personas que manipulan alimentos deben lavarse las manos luego de realizar las siguientes actividades:

- Usar el baño.
- Manipular alimentos crudos (antes y después)
- Tocarse el cabello la cara o el cuerpo
- Estornudar, toser o usar un pañuelo de papel o tela.
- Fumar, comer, beber o masticar chicle.
- Manejar productos químicos que puedan afectar la seguridad de los alimentos.
- Sacar basura o desechos.
- Tocar la ropa o delantal.
- Tocar cualquier otra cosa que pueda contaminar las manos, como equipo no sanitizado, superficies de trabajo o limpienes.

NORMAS DE HIGIENE PARA EL PERSONAL

Al trabajar en un establecimiento de expendio de alimentos y bebidas el cuidado personal es clave en el equipo de trabajo ya que asegura que todos los productos que se oferten en el mismo no sean un riesgo para la salud del cliente y afecten a la imagen de la empresa.

Limpieza de las manos

Lavarse las manos es la principal de las normas de higiene personal que se debe cumplir.

Baño diario

Es importante asegurar la salud de la propia persona y de las personas a las cuales sirva o prepare alimentos, debido a que los poros de la piel retienen bacterias que son eliminadas únicamente mediante el baño diario. Adicionalmente es recomendable el uso de desodorante y si se va a usar perfume y maquillaje que sea discreto.

Aseo corporal

Además de la higiene corporal, hay que prestar especial atención a las manos y al cabello. Las manos deben estar siempre limpias, las uñas cortas y sin esmalte para uñas, no se debe utilizar anillos, pulseras o cualquier objeto que pueda almacenar restos de alimentos. El cabello debe estar siempre limpio, recogido y cubierto con una cofia o un gorro de cocina.

Uso obligado del uniforme

Siempre se debe usar el uniforme completo y limpio en el caso de los cocineros usar gorro que cubra el cabello completamente, las mujeres además portar malla y el cabello

recogido. Los meseros por lo otro lado dependiendo si usan delantal o chaleco este debe ser de tela lavable y estar impecable. Nunca se debe usar el uniforme fuera del lugar de trabajo.

Evitar movimientos y gestos que puedan denotar suciedad

No se permite dentro de la cocina fumar, meter las manos en los bolsillos, mascar chicle, comer, tocarse la cara o el cabello, ya que estas actitudes son consideradas antihigiénicas.

Compostura

Las actitudes durante la jornada de trabajo deben ser las apropiadas. No se debe apoyar en las paredes, no sentarse en las mesas, no se debe jugar con las herramientas y equipos, al caminar con cuchillos en la mano tener precaución de llevarlos siempre con la hoja hacia abajo o boca arriba apoyado en el antebrazo.

Limpieza de las herramientas

Al terminar un trabajo se debe siempre limpiar el área de trabajo por seguridad e higiene.