



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE SALUD PÚBLICA

CARRERA DE GASTRONOMÍA

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA CREPERÍA, UTILIZANDO HARINAS SABORIZADAS, EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO, PROVINCIA DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS, 2018.”

TRABAJO DE TITULACIÓN:

TIPO: EMPRENDIMIENTOS

Previo a la obtención del título de:

LICENCIADA EN GESTIÓN GASTRONÓMICA

AUTORA: DIANA CAROLINA CHELA COYAGO

DIRECTOR: ING. GIOVANNY LENIN HARO SOSA

Riobamba – Ecuador

2019

©2019, Diana Carolina Chela Coyago

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.

Yo, Diana Carolina Chela Coyago, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que proviene de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autora asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación; el patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 3 de julio de 2019

Diana Carolina Chela Coyago

2350061731

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 CREACIÓN DE UNA CREPERÍA, UTILIZANDO HARINAS SABORIZADAS, EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO, PROVINCIA DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS, 2018.**”, de responsabilidad de la señorita Diana Carolina Chela Coyago, 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



Dra. Norma Verónica Cárdenas Mazón

MIEMBRO DE TRIBUNAL



Ing. Rafael Inti Salto Hidalgo

ANALISTA DE BIBLIOTECAS 1



DEDICATORIA

Dedico mi trabajo de titulación a Dios, por la vida, sin él no hubiera tenido las fuerzas necesarias para cumplir esta meta. A mis amados padres y hermanos de los cuales aprendí que, con esfuerzo y dedicación, ningún sueño es imposible. A pesar de mis tropiezos y con mis éxitos, ellos estarán ahí para mí siempre. A mis amigos con los cuales he compartido gratos momentos y con quienes llegué a formar una pequeña pero significativa familia para salir adelante. Y a mis profesores, quienes fueron de manera especial un apoyo más. A todos ellos dedico el presente trabajo.

Diana

AGRADECIMIENTO

Agradezco eternamente a Dios y a mis padres por haberme sabido guiar en el camino de la perseverancia durante todo este tiempo para la culminación de mi carrera. Mi gratitud sincera para con todos mis 7 hermanos, especialmente a Fabián y a Marisol, quienes han sido el pilar fundamental y más fuerte para convertirme en la profesional que soy y sobre todo por el constante apoyo en esta etapa universitaria. Expreso también mi gratitud a mi querida Escuela de Gastronomía por haberme impartido los conocimientos que he adquirido desde un inicio hasta el día de hoy. Por último, a mis docentes de tesis por las instrucciones dadas para que se haga posible el desarrollo de este trabajo. Muchas gracias por todo.

Diana

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN.....	xvii
SUMMARY	xviii
CAPÍTULO I	
1. ASPECTOS GENERALES.....	1
1.1 Tema.....	1
1.2 Introducción	1
1.3 Objetivos.....	2
1.3.1 <i>Objetivo general</i>	2
1.3.2 <i>Objetivos específicos</i>	2
CAPÍTULO II	
2 MARCO TEÓRICO.....	3
2.1 Historia de los restaurantes	3
2.2 Restaurante	4
2.3 Tipos de servicio	4
2.4 Gastronomía francesa	5
2.4.1 <i>Especialidad de la cocina francesa</i>	6
2.5 Historia del crepé	7
2.5.1 <i>Características del crepé</i>	7
2.5.2 <i>Ingredientes de un crepé</i>	8
2.5.3 <i>Leche</i>	9
2.5.4 <i>Huevo</i>	10
2.5.5 <i>Azúcar</i>	11
2.5.6 <i>Harina</i>	12
2.5.6.1 <i>Harina de trigo</i>	13
2.5.6.2 <i>Harina de plátano</i>	14

2.5.6.3	<i>Harina de avena</i>	15
2.5.6.4	<i>Harina de almendras</i>	17
2.5.6.5	<i>Harina de coco</i>	18
2.5.6.6	<i>Harina de maíz</i>	19
2.5.7	Tipos y modelos de crepés	20
2.5.8	Tipos	21
2.5.9	Modelos	21
2.5.10	Rellenos de un crepé	22
2.5.11	Aporte energético	22
2.5.12	Crepería	23
2.5.12.1	<i>Áreas básicas de una crepería</i>	23
2.5.12.2	<i>Maquinaria y utensilios en una crepería</i>	24
2.5.12.3	<i>Primeras creperías en el Ecuador</i>	26
2.5.13	Bebidas acompañantes para un crepé	27
2.5.13.1	<i>Café</i>	27
2.5.13.2	<i>Milkshakes</i>	29
2.6	Marco conceptual	30
CAPÍTULO III		
3	MARCO METODOLÓGICO	32
3.1	Tipo y diseño de la investigación	32
3.2	Técnicas de recolección de datos	32
3.3	Fuentes de investigación	33
3.4	Segmento de mercado	33
3.5	Universo	34
3.6	Muestra	34
3.7	Tabulación y análisis de resultados	35
CAPÍTULO IV		
4	DESARROLLO DE LA PROPUESTA	47
4.1	Identificación de la idea	47

4.1.1	Lluvia de ideas.....	47
<i>4.1.1.1</i>	<i>Selección de la idea</i>	<i>49</i>
<i>4.1.1.2</i>	<i>Evaluación final de las ideas.....</i>	<i>50</i>
<i>4.1.1.3</i>	<i>Descripción de la idea seleccionada</i>	<i>50</i>
4.1.2	Justificación.....	51
4.1.3	Nombre del emprendimiento	51
4.1.4	Descripción del emprendimiento	52
<i>4.1.4.3</i>	<i>Políticas y estrategias</i>	<i>53</i>
<i>4.1.4.4</i>	<i>Valores y principios.....</i>	<i>54</i>
<i>4.1.4.5</i>	<i>Distingos y ventajas competitivas</i>	<i>54</i>
<i>4.1.4.6</i>	<i>Análisis FODA.....</i>	<i>55</i>
4.2	Estudio de Mercado	55
<i>4.2.1</i>	<i>Demanda</i>	<i>57</i>
<i>4.2.2</i>	<i>Oferta</i>	<i>58</i>
<i>4.2.3</i>	<i>Demanda insatisfecha</i>	<i>60</i>
<i>4.2.4</i>	<i>Mix de mercado.....</i>	<i>61</i>
<i>4.2.4.1</i>	<i>Producto</i>	<i>61</i>
<i>4.2.4.2</i>	<i>Precio</i>	<i>63</i>
<i>4.2.4.3</i>	<i>Plaza</i>	<i>63</i>
<i>4.2.4.4</i>	<i>Promoción</i>	<i>63</i>
<i>4.2.5</i>	<i>Análisis del sector.....</i>	<i>64</i>
<i>4.2.6</i>	<i>Cargos y funciones del área comercial.....</i>	<i>64</i>
<i>4.2.7</i>	<i>Determinación de inversiones y gastos del área comercial.....</i>	<i>64</i>
4.3	Estudio Técnico	66
<i>4.3.1</i>	<i>Determinación del tamaño</i>	<i>66</i>
<i>4.3.2</i>	<i>Capacidad del emprendimiento</i>	<i>67</i>
<i>4.3.3</i>	<i>Localización</i>	<i>68</i>
<i>4.3.4</i>	<i>Proceso de producción</i>	<i>69</i>
<i>4.3.4.1</i>	<i>Diagrama de flujo.....</i>	<i>70</i>

4.3.4.2	<i>Recetas estándar</i>	72
4.3.5	<i>Requerimiento de Talento Humano</i>	73
4.3.6	<i>Diseño de la planta</i>	75
4.3.7	<i>Estructura de costos de producción</i>	76
4.3.7.1	<i>Materia prima</i>	78
4.3.7.2	<i>Mano de obra indirecta</i>	79
4.3.7.3	<i>Costos indirectos de fabricación</i>	80
4.3.8	<i>Determinación de activos fijos para producción</i>	80
4.3.9	<i>Programa pre operativo</i>	81
4.4	<i>Estudio Administrativo, Legal y Ambiental</i>	81
4.4.1	<i>Organización</i>	81
4.4.1.1	<i>Organigrama estructural</i>	82
4.4.1.2	<i>Organigrama funcional</i>	83
4.4.1.3	<i>Manual de funciones</i>	84
4.4.2	<i>Marco Legal</i>	84
4.4.3	<i>Permisos requeridos para su funcionamiento</i>	85
4.4.4	<i>Mitigar el impacto ambiental</i>	85
4.4.4.1	<i>Acciones remediales</i>	86
4.5	<i>Estudio Financiero</i>	89
4.5.1	<i>Análisis de la inversión</i>	89
4.5.1.1	<i>Fuentes y usos</i>	90
4.5.2	<i>Presupuestos</i>	91
4.5.2.1	<i>Presupuestos de costos de producción</i>	91
4.5.2.2	<i>Presupuesto de gastos de administración</i>	91
4.5.2.3	<i>Presupuesto de gastos de ventas</i>	92
4.5.3	<i>Estado de Pérdidas y Ganancias</i>	92
4.5.4	<i>Estado de Situación Financiera</i>	93
4.5.5	<i>Estado de Flujo del Efectivo</i>	94
4.5.6	<i>Evaluación Económica</i>	95

<i>4.5.7 Evaluación Social</i>	<i>100</i>
<i>4.5.8 Evaluación Ambiental</i>	<i>100</i>
CONCLUSIONES	101
RECOMENDACIONES	102
BIBLIOGRAFÍA	
ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-2: Información nutricional de la harina de trigo	14
Tabla 2-2: Información nutricional de la harina de plátano	15
Tabla 3-2: Información nutricional de la harina de avena.....	17
Tabla 4-2: Información nutricional de la harina de almendras	18
Tabla 5-2: Información nutricional de la harina de coco	19
Tabla 6-2: Información nutricional de la harina de maíz	20
Tabla 1-3: Segmentación de mercado	33
Tabla 2-3: Universo de estudio.....	34
Tabla 3-3: Género de la persona encuestada	35
Tabla 4-3: Rango de edad.....	37
Tabla 5-3: Gasto económico en productos similares	38
Tabla 6-3: Frecuencia de consumo de harinas.....	39
Tabla 7-3: Preferencia del consumo de harinas saborizadas	40
Tabla 8-3: Conocimiento de la competencia	41
Tabla 9-3: Satisfacción con la competencia	42
Tabla 10-3: Tipo de decoración.....	43
Tabla 11-3: Variedad de ofertas	44
Tabla 12-3: Información mediante medios de comunicación.....	45
Tabla 13-3: Aceptabilidad del producto.....	46
Tabla 1-4: Lluvia de ideas	48
Tabla 2-4: Selección de la idea inicial	49
Tabla 3-4: Evaluación final de la idea.....	50
Tabla 4-4: Nombre del emprendimiento	51
Tabla 5-4: Políticas y estrategias	53
Tabla 6-4: Valores y principios	54
Tabla 7-4: Estudio FODA	55
Tabla 8-4: Crecimiento poblacional.....	56
Tabla 9-4: Proyección de la demanda	58
Tabla 10-4: Oferta.....	59
Tabla 11-4: Demanda insatisfecha.....	60
Tabla 12-4: Cargos y funciones.....	64
Tabla 13-4: Inversiones del área comercial o ventas	64
Tabla 14-4: Costos en el área comercial	65

Tabla 15-4: Publicidad	65
Tabla 16-4: Capacidad del emprendimiento.....	67
Tabla 17-4: Localización del emprendimiento	68
Tabla 18-4: Macro localización del emprendimiento	68
Tabla 19-4: Micro localización del emprendimiento	69
Tabla 20-4: Simbología típica para diagramas de flujos de proyectos de producción.....	70
Tabla 21-4: Formato receta estándar.....	72
Tabla 22-4: Ficha profesiográfica para el chef	73
Tabla 23-4: Ficha profesiográfica para el mesero/cajero	74
Tabla 24-4: Servicios básicos	76
Tabla 25-4: Combustible.....	76
Tabla 26-4: Mantenimiento	77
Tabla 27-4: Materia prima.....	78
Tabla 28-4: Producción.....	79
Tabla 29-4: Sueldo de ventas	79
Tabla 30-4: Costos indirectos de fabricación	80
Tabla 31-4: Determinación de activos fijos.....	80
Tabla 32-4: Gastos de experimentación.....	81
Tabla 33-4: Permisos requeridos para el funcionamiento del local	85
Tabla 34-4: Acciones remediales.....	86
Tabla 35-4: Análisis de la inversión	89
Tabla 36-4: Fuentes y usos	90
Tabla 37-4: Presupuesto de costos de producción	91
Tabla 38-4: Presupuesto de gastos de administración.....	91
Tabla 39-4: Presupuesto de gastos de ventas.....	92
Tabla 40-4: Estado de pérdidas y ganancias.....	92
Tabla 41-4: Balance general.....	93
Tabla 42-4: Flujo del efectivo	94
Tabla 43-4: Flujo neto del efectivo.....	95
Tabla 44-4: Valor actual neto	95
Tabla 45-4: Tasa interna de retorno	96
Tabla 46-4: Período de recuperación	96
Tabla 47-4: Tiempo exacto de recuperación	97
Tabla 48-4: Punto de equilibrio	97
Tabla 49-4: Punto de equilibrio (ventas).....	98
Tabla 50-4: Relación beneficio costo.....	99
Tabla 51-4: Evaluación social	100

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1-2: Marco teórico.....	3
Gráfico 1-3: Género de la persona encuestada	36
Gráfico 2-3: Rango de edad.....	37
Gráfico 3-3: Gasto económico en productos similares	38
Gráfico 4-3: Frecuencia de consumo de harinas.....	39
Gráfico 5-3: Preferencia del consumo de harina	40
Gráfico 6-3: Conocimiento de la competencia	41
Gráfico 7-3: Satisfacción con la competencia	42
Gráfico 8-3: Tipo de decoración.....	43
Gráfico 9-3: Variedad de ofertas	44
Gráfico 10-3: Información mediante medios de comunicación.....	45
Gráfico 11-3: Aceptabilidad del producto.....	46
Gráfico 1-4: Tasa de crecimiento poblacional.....	57
Gráfico 2-4: Proyección de la demanda	58
Gráfico 3-4: Oferta.....	59
Gráfico 4-4: Demanda insatisfecha.....	60
Gráfico 5-4: Logotipo del establecimiento.....	61
Gráfico 6-4: Tarjeta de presentación.....	62
Gráfico 7-4: Flujograma de procesos.....	71
Gráfico 8-4: Diseño de la planta.....	75
Gráfico 9-4: Organigrama estructural	82
Gráfico 10-4: Organigrama funcional.....	83
Gráfico 11-4: Punto de equilibrio	98

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo A: Encuesta

Anexo B: Carta – Menú

Anexo C: Receta estándar masa base con esencia de almendras

Anexo D: Receta estándar masa base de harina de plátano

Anexo E: Receta estándar masa base con harina de avena

Anexo F: Receta estándar crepé campestre

Anexo G: Receta estándar crepé mar y tierra

Anexo H: Receta estándar choco crepé

Anexo I: Receta estándar crepé de la casa

Anexo J: Receta estándar vegano crepé

Anexo K: Receta estándar crepé piña coco

Anexo L: Receta estándar crepé BBQ

Anexo M: Receta estándar crispy crepé

Anexo N: Receta estándar crepé a la bechamel

Anexo Ñ: Receta estándar cheese crepé

Anexo O: Receta estándar crepé de frutos ojos

Anexo P: Receta estándar crepé de manzana

Anexo Q: Receta estándar milkshake de mora

Anexo R: Receta estándar milkshake de frutilla

Anexo S: Receta estándar milkshake de guineo

Anexo T: Receta estándar café espresso

Anexo U: Receta estándar café mocaccino

Anexo V: Receta estándar café capuccino

Anexo W: Receta estándar café americano

Anexo X: Manual de funciones

RESUMEN

El presente trabajo de titulación se orientó en la realización de un estudio de factibilidad para la creación de una crepería “Santo Crepé”, utilizando harinas saborizadas en la ciudad de Santo Domingo, provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas. Se aplicó una investigación de tipo; descriptiva, de campo y bibliográfica, lo que permitió obtener información real para poder determinar la situación actual del mercado y los potenciales clientes del establecimiento. Recopilados los datos al aplicar las encuestas sobre la creación de una crepería utilizando harinas saborizadas, se obtuvo como resultado una demanda insatisfecha del 92% siendo positiva para que este emprendimiento sea puesto en marcha; en el estudio técnico se determinó el tamaño y localización de la empresa, la estandarización de las recetas, reglamento interno y el diseño de la carta; el estudio administrativo permitió realizar el manual de funciones, en él se plasma los puestos de trabajo, el perfil profesional de cada empleado; en el estudio legal se procedió a investigar los respectivos reglamentos y leyes que rigen para la apertura y el buen funcionamiento del local, los cuales son amparados por la ley del artesano; el estudio ambiental permitió conocer el impacto en el ambiente y los métodos que se aplicará para mitigarlo; finalmente, el estudio financiero reveló la inversión que se requiere siendo de \$ 12.618,90, el VAN es de \$ 37.889,57, el TIR de 60,15 % y R B/C de \$ 1,96. Al obtener estos resultados, se concluye que el proyecto es viable por su nivel de rentabilidad. La importancia del presente proyecto radica en la nueva oferta gastronómica y nutricional dentro de la ciudad de Santo Domingo de los Colorados lo cual generará fuentes de empleo.

Palabras clave: <TECNOLOGÍA Y CIENCIAS MÉDICAS>, <GASTRONOMÍA>, <ESTUDIO DE FACTIBILIDAD>, <EMPRENDIMIENTO>, <CREPERÍA>, <SANTO DOMINGO (CANTÓN)>.



Handwritten signature and date: 19/06/2019

SUMMARY

The present titration work was guided in the realization of a Feasibility Study for the creation of a creperie "Santo Crepé", using flaked flours in the city of Santo Domingo, province of Santo Domingo de los Tsáchilas. An investigation of type was applied; descriptive, field and bibliographic, which allowed to obtain real information to be able to determine the current situation of the market and the potential clients of the establishment. Compiled the data when applying the surveys on the creation of a creperie using flavoured flour, an unsatisfied demand of 92% was obtained as a result, being positive for this undertaking to be launched; in the technical study, the size and location of the company, the standardization of the recipes, internal regulations and the design of the letter were determined; the administrative study allowed to realize the manual of functions, it shows the jobs, the professional profile of each employee; in the legal study proceeded to investigate the respective regulations and laws governing the opening and proper functioning of the premises , which are protected by the law of the craftsman; the environmental study allowed to know the impact on the environment and the methods that will be applied to mitigate it; finally, the financial study revealed the investment that is required being \$ 12,618.90, the NPV is \$ 37,889.57, the IRR of 60.15% and C B/R of \$ 1.96 when obtaining these results, it is concluded that the project is viable due to its level of profitability. The importance of this project lies in the new gastronomic and nutritional offer within the city of Santo Domingo de los Colorados which will generate sources of employment.

Keywords: <TECHNOLOGY AND MEDICAL SCIENCES>, <GASTRONOMY>, <FEASIBILITY STUDY>, <ENTREPRENEURSHIP>, <CREPERIE>, <SANTO DOMINGO (CANTON)>.



CAPÍTULO I

1. ASPECTOS GENERALES

1.1 Tema

“Proyecto de factibilidad para la creación de una crepería, utilizando harinas saborizadas, en la ciudad de Santo Domingo, provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, 2018.”

1.2 Introducción

En la actualidad el servicio de restauración se encuentra en pleno auge, para que un establecimiento de este tipo pueda prosperar, es importante que la calidad del producto y la atención al cliente sea idónea, tomando como base las normas de calidad e higiene, de esta forma el comensal podrá satisfacer todas sus necesidades.

La crepería “Santo Crepé” es un negocio que busca satisfacer todos los paladares con una propuesta nueva, utilizando harinas saborizadas y productos de la zona para la elaboración de sus crepés. El proyecto de factibilidad que a continuación se va a presentar está constituido por cuatro capítulos importantes; el primer capítulo, el cual consta de la introducción y de los objetivos generales y específicos.

En el segundo capítulo, se plasman las bases del emprendimiento, detallando el marco teórico y el conceptual, quienes recopilan la información teórica como sustento del proyecto. En el tercer capítulo se encuentra la metodología que se utilizó para la investigación, la recolección de datos, la población y muestra para levantar las tabulaciones y analizar los resultados de las encuestas aplicadas.

Finalmente, el cuarto y último capítulo, en donde se desarrolla la propuesta, de los cuales deriva los siguientes subtemas como: identificación de la idea, nombre y descripción del emprendimiento, misión, visión, distingos y ventajas competitivas; el estudio que analizan la oferta, demanda y las 4P; por último, el estudio técnico, legal, administrativo, ambiental y financiero el cual ayudó a identificar la inversión y gastos a realizarse para el emprendimiento.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

- Desarrollar el estudio de factibilidad para la creación de una crepería, utilizando harinas saborizadas, en la ciudad de Santo Domingo, provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, 2018.

1.3.2 Objetivos específicos

- Realizar un estudio de mercado para determinar la demanda insatisfecha.
- Establecer los estudios; técnico, administrativo, legal, ambiental y financiero para la estructura del proyecto.
- Precisar un manual de funciones para el control de procesos y estándares de calidad de los productos y del servicio de la empresa.

CAPÍTULO II

2 MARCO TEÓRICO



Gráfico 1-2: Marco teórico

Realizado por: Chela, Diana, 2018

2.1 Historia de los restaurantes

El origen del restaurante como conceptualmente lo entendemos hoy no es tan antiguo. La historia se remonta a la época de las posadas, hace unos dos siglos atrás. Estas tabernas fueron el primer exponente de lo que hoy llamaríamos “la industria de la hospitalidad”. Este tipo de locales ubicados a orillas de la ruta, servían de oasis para aquellos comerciantes (y esporádicos pasajeros) que viajaban por varios días en carruajes transportando mercaderías de pueblo en pueblo (Gularte, 2009, págs. 109,111).

Las paradas comenzaron a ofrecer alojamiento y comidas por precios muy razonables, de esta manera aparecieron las primeras “posadas de alojamiento”. En cuanto al restaurante específicamente, el primer establecimiento público dedicado en forma exclusiva al servicio de alimentos que se registre, abrió sus puertas en París en 1765, y en cuya puerta de entrada decía en

una gran placa de roble: *Venite ad omnes qui stomacho laboratis et ego restaurabo vos* [Vengan aquellos de estómagos quejosos y yo los restauraré]. De esta placa se podría decir que nace el nombre de “restaurante” (Gularte, 2009, págs. 109,111).

2.2 Restaurante

Según la definición que establece la RAE, restaurante es el establecimiento público donde se sirven comidas y bebidas, mediante precio, para ser consumidas en el mismo local (Vaquero, Servicio en restaurante, 2013, pág. 17).

La función principal de un restaurante es servir comidas y bebidas a la gente fuera de sus casas. Existen diferentes tipos: establecimientos con varios comedores y plantillas numerosas (caros, por lo general); locales y cafés de “ambiente familiar”, cuyos clientes suelen pertenecer a la misma localidad; bares cuya actividad principal es servir con rapidez la comida en la barra; restaurantes de comida rápida en los que el público hace su pedido en la barra y en pocos minutos está lista, generalmente para llevar fuera del establecimiento, y cafeterías con autoservicio, donde los clientes eligen platos cocinados colocados en expositores (Lee, 2012, pág. 4).

2.3 Tipos de servicio

Existen numerosos métodos para el servicio de alimentos y bebidas en las empresas de restauración. La puesta en práctica de uno u otro dependerá de entre otras cosas del tipo de oferta gastronómica del establecimiento, la categoría, las dimensiones y, de forma muy notable e importante, la cualificación del personal (Sánchez A. , Servicio y atención al cliente en restaurante, 2011, pág. 57).

Tipos de servicio:

- **Servicio directo:** también conocido como servicio emplatado. Los alimentos vienen servidos en platos desde la cocina. El servicio se realiza por la derecha del cliente (Vaquero, Operaciones básicas de restaurante y bar: servicio básico de restaurante-bar, 2013, pág. 104).
- **Servicio a la inglesa:** se utiliza en banquetes con menús fijos. La comida se sirve desde una fuente con la ayuda de una pinza por la izquierda del cliente (Vaquero, Operaciones básicas de restaurante y bar: servicio básico de restaurante-bar, 2013, pág. 104).
- **Servicio de gueridón:** los alimentos se trasladan en fuentes y se colocan sobre el gueridón. En esta mesa auxiliar se monta el plato para servir al cliente (Vaquero, Operaciones básicas de restaurante y bar: servicio básico de restaurante-bar, 2013, pág. 104).
- **Servicio a la francesa:** la comida viene en fuentes desde la cocina, es el propio cliente quien se sirve desde la fuente colocando ésta de forma paralela al plato del cliente. Se sirve por la izquierda (Vaquero, Operaciones básicas de restaurante y bar: servicio básico de restaurante-bar, 2013, pág. 104).
- **Self service:** la comida se presenta en mostradores, islas, etc., el cliente elige y se sirve lo que desea. Puede existir cocineros que sirvan determinadas elaboraciones, o asesoren al cliente (Vaquero, Operaciones básicas de restaurante y bar: servicio básico de restaurante-bar, 2013, pág. 104).

2.4 Gastronomía francesa

En 1841, Thomas Cook inició el negocio de las agencias de viajes en Inglaterra y, para 1881, Luis Sherry desarrolló el negocio de abastecimiento a grandes comunidades. Estos emprendimientos y algunos otros dieron origen al desarrollo del área gastronómica y, particularmente, de los restaurantes. Cuando las compañías inglesas construyeron grandes y prestigiosos hoteles “instalaron el clásico restaurante francés”. Con servicio completo de plata, lo que resultaba muy extraño para la mayoría de los ingleses, comenzaron a funcionar estos restaurantes que pronto se hicieron muy populares (Gularte, 2009, pág. 111).

En 1873, la *Great Northern Railway CO*, abrió su primer carro-comedor en los trenes que comunicaban Londres con *Leeds*. Después surgieron otros tipos de restaurantes, especialmente en Londres y en la zona de *Soho*, cuya población era en gran parte de origen italiano y francés. *Soho*

se convirtió así en el centro de la industria de servicio de comidas de Londres, y el semillero que daría la mayor cantidad de personal capacitado para los grandes hoteles que se estaban construyendo a fin del siglo XIX (Gularte, 2009, pág. 111).

2.4.1 Especialidad de la cocina francesa

Cuando nos referimos al majestuoso y espectacular mundo de la cocina de Francia, por lo general, se asocia con platos con una presentación de máxima expresión culinaria donde se aplican los elementos técnicos de los mejores chefs de la historia de la gastronomía. Pero, ante todo y por, sobre todo, ésta es una cocina por excelencia muy sofisticada y fundamentalmente fina. Si deseamos conocer de dónde proviene esta interesante e importante especialidad de arte y expresión del buen comer debemos trasladarnos en un viaje imaginario a los siglos XV y XVI al norte de Europa (Gularte, 2009, pág. 112).

En 1533, Catalina de Medici (oriunda de Florencia, Italia) se casó con el futuro rey Enrique II de Francia (a la edad de 14 años). Con ellos y su corte viajaba un equipo completo de chefs. Es por ello que se les atribuye ser uno de los primeros interesados en la gastronomía. Para principios de la época moderna, entre los siglos XVII y XVIII, Louis Bechamel, Marshall Mirepoix y el Cardenal Richelieu, se interesaron por la gastronomía y crearon elementos culinarios y dieron nombres a algunas salsas (Gularte, 2009, pág. 113).

De esta manera se inició un camino lleno de éxito y placer que todos lo aceptarán de muy buen agrado, donde los profesionales de esta cocina saben perfectamente cuál es el secreto máspreciado para satisfacer a los paladares más exigentes. La cocina francesa es una especialidad que nunca quedó estancada en el pasado, siempre estuvo en la búsqueda de nuevas técnicas de perfección y, esa dedicación y superación continua ha llevado a que ésta sea una de las especialidades que representa en el mundo un modelo de admiración del más sorprendente y mágico esplendor en su forma de presentar cada plato. Tiene como misión: deleitar el paladar, sorprender a los ojos, despertar el deseo en la mente, tentar a la boca para que lo pruebe, incitar a la mano para que lo tome y saborear así los manjares que no podrá olvidar nunca (Gularte, 2009, pág. 113).

2.5 Historia del crepé

El término "*Crêpe*" proviene de la palabra latina "*crispus*" (crespo), lo que nos hace pensar en algo crujiente y fino. Pues las *crêpes* tienen su lejano origen en la zona francesa de Bretaña (al oeste del país galo) en la Baja Edad Media. Era una receta de agricultores, que esparcían una masa a base de harina, huevos y algún elemento líquido (agua, leche o cosas tan extravagantes como sangre) sobre piedras sacadas del fuego, fabricando así una torta que luego rellenaban de ingredientes básicos (Marketing, 2016).

Conseguían con ello transportar su económica comida de una forma relativamente sencilla, y resultaba mucho más simple y barato cocinar un *crêpe* que elaborar una barra de pan (Marketing, 2016).

Tienen, además, su propia fiesta. El 2 de febrero de cada año se celebra en Francia la fiesta de La Candelaria, donde todas las familias preparan crepés en sus casas y las acompañan con sidra. El festejo significa el regreso de la luz de la primavera que acerca y el final de los oscuros y cortos días de invierno. Así son las crepés: festivas, radiantes, alegres y deliciosas (Popular, 2012).

En sus orígenes, los crepés se elaboraban en grandes sartenes de hierro fundido sobre el fuego de leña. En la actualidad, se reemplaza el fuego por gas y existen creperas o sartenes especiales para prepararlas (Popular, 2012).

2.5.1 Características del crepé

Una de las postales más pintorescas de París son los puestitos de crepés que aparecen en la calle con luces de neón y un listado de las variedades: de jamón y queso, de Nutella y banana, de crema chantilly, de banana y nueces, de foie gras y cebolla caramelizada, etc. Se encuentran en las esquinas de los barrios más concurridos y se reconocen por las largas colas que se agolpan ante su mostrador en distintas horas del día. Observar al experto "crepier" cocinando la masa en el momento sobre una plancha o crepera es un espectáculo aparte (Popular, 2012).

La masa sirve de envoltura para los más variados rellenos y se suele consumir como “*fast food*” al paso ya sea en el desayuno, almuerzo, merienda o cena. No podía ser de otra manera. Para los franceses, famosos por la calidad de su cocina en todo el mundo, el *fast food* tenía que ser delicado y especial, como las crepés (Popular, 2012).

A diferencia del panqueque inglés, el crepé es más fina y delicada. Mientras que el panqueque puede estar dorado de ambos lados, una de las características principales del crepé es su color pálido. Además, se cocina de un solo lado y tiene que ser lo más finita posible. Es tan flexible que las versiones más modernas o “gourmet” le agregan hierbas o especias a la masa antes de cocinarla (Popular, 2012).

También varía la forma de calentarlas. Los bretones, y los franceses en general, las fríen en mantequilla. Los gallegos utilizan tradicionalmente como grasa para freírlas un buen trozo de tocino blanco que pinchan en un tenedor y frotan en la sartén (Tiempo, 2018).

2.5.2 *Ingredientes de un crepé*

Originalmente estas tortas se preparaban con harina, agua y miel, pero poco a poco la masa básica se fue enriqueciendo con huevos, leche y, en ocasiones, levadura. Los ingredientes principales son: harina (blanca o integral), leche (de vaca, soya, oveja, etc.), huevos (se pueden batir enteros o las claras a punto de nieve, por separado), levadura (se puede utilizar para mayor esponjosidad) (García, 2013).

Para elaborar cuatro crepés, por ejemplo, se necesitan: 100 gr de harina, una taza de leche, una pizca de sal, una cucharadita de azúcar y un huevo. El procedimiento es como sigue: en un recipiente se mezclan harina, azúcar y sal con el huevo, a continuación, se añade un tercio de la leche hasta conseguir una masa fina y homogénea –removiendo para evitar que se formen grumos, y luego el resto de la leche. Se deja reposar la masa por 20 minutos. Después, se coloca una fina capa de la mezcla en un sartén a fuego moderado, para evitar que se queme, utilizando una espátula de madera para aflojar los bordes. Se aconseja utilizar una sartén antiadherente de buena calidad, no muy profunda, o, mejor aún, la crepera, un recipiente muy plano especialmente diseñado para tal fin (García, 2013).

Se puede resumir que los ingredientes comunes de esta masa cocida son: harina, huevos, leche, mantequilla y azúcar (Susazón, 2018).

2.5.3 Leche

La leche de vaca es un alimento de primera necesidad. De gran demanda por su alto valor nutricional que se refleja en sus componentes, es considerada un alimento básico en la dieta de niños, ancianos, enfermos, y en general de toda la población. Los mamíferos dependen fundamentalmente de la leche en sus primeros períodos de vida y el hombre la ha aprovechado para su alimentación, empleándola directamente y transformándola para la obtención de productos como el queso, yogurt y mantequilla, entre otros. Su industrialización se ha desarrollado en todas las latitudes, permitiendo que cada día se obtenga una cantidad mayor de productos que son ideales para la nutrición humana (Gómez, Divier, & Bedoya, 2009, pág. 3)

La leche es el alimento puro más próximo a la perfección. Su principal proteína, la caseína, contiene los aminoácidos esenciales y como fuente de calcio, fósforo y riboflavina (vitamina B12), contribuye significativamente a los requerimientos de vitamina A y B1 (tiamina). Por otra parte, los lípidos y la lactosa constituyen un importante aporte energético (Gómez, Divier, & Bedoya, 2009, pág. 4).

La leche es una compleja mezcla de distintas sustancias, presentes en suspensión o emulsión y otras en forma de solución verdadera y presenta sustancias definidas: agua grasa, proteína, lactosa, vitaminas, minerales (Gómez, Divier, & Bedoya, 2009, pág. 4).

La leche se considera un alimento de importancia para el ser humano y para el resto de los mamíferos. El consumo adecuado de este producto ayuda al desarrollo y crecimiento del individuo en todos sus aspectos, gracias a que los nutrientes contenidos en la leche cumplen funciones de todo tipo en el organismo (Gómez, Divier, & Bedoya, 2009, pág. 7) .

2.5.4 Huevo

Es de todos conocido el alto valor nutritivo del huevo, que ha dado origen a que sea considerado como modelo o término de comparación a la hora de establecer el valor nutritivo de un alimento (Angulo, 2009, pág. 83).

El consumo de huevos es una buenísima opción para consumir proteínas. No es sencillo encontrar un alimento tan completo, equilibrado, fácil de asimilar y versátil en su utilización como el huevo. Como las semillas, contiene todo lo necesario para sostener una nueva vida; de ahí su riqueza nutricional y el papel que cumple en la alimentación humana. El contenido nutricional del huevo es una consecuencia directa del alimento ingerido por la gallina. La alimentación natural con maíz, insectos y vegetales provee los pigmentos que hacen su color intenso y sobre todo su riqueza nutritiva. Así que está claro que se debería mirar el origen. En la clara del huevo encontramos principalmente proteínas muy equilibradas en aminoácidos (González, 2011, pág. 56).

Este alimento goza de mala fama por tener colesterol o por resultar de difícil digestión. Es cierto que aporta una buena dosis de colesterol y ácidos grasos (de calidad y saludables), pero al mismo tiempo posee un alto contenido de lecitina, colina y metionina, tres elementos clave para el metabolismo hepático. Más que privarse del consumo de huevos, lo importante es utilizarlos como reemplazo de otras formas de proteína animal, asegurarse de que sean de producción natural y frescos, usarlos con moderación (no más de uno o dos al día) y cocinarlos poco para no destruir sus útiles componentes y asimilarlos mejor (González, 2011, pág. 57).

2.5.5 Azúcar

El azúcar es un edulcorante natural, conocido normalmente en forma de cristales solidificados de sacarosa, y puede ser producido utilizando dos diferentes materias primas: la caña de azúcar (*saccharum officinarum*) o la remolacha azucarera (*beta vulgaris*). Se cree que la caña de azúcar, de la cual derivan sus variedades modernas, es originaria de Nueva Guinea. Existen registros en los que es posible determinar que allí se desarrolló y cultivó por más de 9 mil años. Especialistas en botánica creen que su expansión se dio a través de las Filipinas y la India, para después pasar por China y por los archipiélagos de la Polinesia tropical (Ruiz & Galetovic, 2005, pág. 20).

El azúcar es un producto de consumo básico y cumple dos roles fundamentales en la dieta alimenticia de las personas: actúa como endulzante y es un alimento que proporciona energía. El sabor dulce es una sensación básica para el paladar humano, con una gran carga emocional. Lo dulce es placentero y se obtiene en los primeros días a través de la leche materna (lactosa). Antes de 1650 los principales endulzantes eran la miel y las frutas. Hasta entonces el azúcar era conocida en el mundo occidental solo como una rara especia, usada para cambiar el sabor de los alimentos, pero no para endulzar (Ruiz & Galetovic, 2005, pág. 23).

Ventajas de consumir azúcar:

- Nutre el sistema nervioso: es el encargado de nutrir a las neuronas que sólo se alimentan de glucosa (Centrolist, 2016).
- Efecto antidepresivo: al tomar azúcar se aumenta la concentración de neurotransmisores cerebrales que ayudan a superar el estado depresivo (Centrolist, 2016).
- Efecto relajante: ingerir la cantidad adecuada de azúcar tiene un efecto relajante ya que el sistema nervioso está bien alimentado (Centrolist, 2016).
- Incrementa los depósitos de glucógeno: su consumo tiene una gran importancia ya que permite reponer e incrementar los depósitos de glucógeno tanto en el hígado como en los músculos (Centrolist, 2016).

2.5.6 *Harina*

Los cereales constituyen la fuente de nutrientes más importante de la humanidad. Históricamente están asociados al origen de la civilización y cultura de todos los pueblos. El hombre pudo pasar de nómada a sedentario cuando aprendió a cultivar los cereales y obtener de ellos una parte importante de su sustento. Cada cultura, cada civilización, cada zona geográfica del planeta, consume un tipo de cereales específicos creando toda una cultura gastronómica en torno a ellos (Fundación Alimentum, 2018).

Su preparación agroindustrial y tratamiento culinario son sencillos y de gran versatilidad, desde el pan o una pizza, hasta miles de dulces diferentes. Su consumo es adecuado, para cualquier edad y condición (Fundación Alimentum, 2018).

La harina es probablemente uno de los temas más controvertidos:

Algunos puristas de salud dicen que es el diablo, otros dicen que los que dicen que es el diablo son los frutos secos, y así sucesivamente. Por no hablar de la confusión general sobre qué tipo de harina se necesita para hacer pan en lugar de pasteles, o la que se necesita para otros usos. Es importante obtener la mayor cantidad de información posible sobre la química de la harina y la levadura, para que todos puedan estar un paso más cerca de conquistar sus propios productos horneados sin despistarse y por consiguiente terminar haciendo una receta que podría llegar a ser un desastre (Harinalia Canarias, 2017).

En promedio la composición química de la harina es: el 70% de almidón, un 10,5% de proteína, un 15% de humedad, un 3% de fibra, un 1,5% de grasa y unos porcentajes menores de minerales, etc. El almidón está formado por los hidratos de carbono, la reserva energética de casi todos los vegetales (Harinalia Canarias, 2017).

Hay muchos tipos de harina, pero la principal es la de fuerza. Cada tipo de trigo tiene diferente cantidad y calidad de proteínas. De forma muy general y para tener una idea:

- Proteínas el 9% o menos: harina floja; usada para repostería, bizcochos, galletas, etc. Da lugar a masas poco elásticas y a un alveolado menor y más homogéneo (Harinalia Canarias, 2017).
- Del 10 al 11% de proteína: harina panificable; típica harina empleada en la fabricación de pan en nuestro entorno (Harinalia Canarias, 2017).
- Del 12% o más contenido en proteína: harinas de fuerza o gran fuerza; utilizada para masas enriquecidas con grasas y azúcares. Para mezclarlas con harinas más flojas o con poco gluten (Harinalia Canarias, 2017).

2.5.6.1 *Harina de trigo*

El trigo es un cereal creado por la naturaleza desde mucho antes que aparecieran los seres humanos. Sin embargo, desde que los hombres existen, el trigo ha proporcionado a nuestra especie una fuente importante de nutrientes y energía. La molienda del trigo, es decir, la transformación del grano en harina, es un proceso más viejo que la propia agricultura. Se calcula que pudo tener unos 10.000 años. Los primeros humanos recolectaban los granos de trigo y otros cereales y los trituraban con piedras que hacían las veces de morteros (Diario La Nueva, 2006).

Es un cereal originario del sur de Asia, ha sido y es la base principal de la alimentación, en primer lugar, en papillas y después en la obtención de pan. Posteriormente fue utilizado en sopas, tortas y masas, empleándose en la actualidad en infinidad de elaboraciones. Tiene una conservación fácil y duradera, posee un valor nutricional alto en almidón y proteínas, en menor medida en minerales y vitaminas y muy bajo en contenido de grasas (Martínez, 2010, pág. 66).

Esta harina es quizás la que nunca falta en la cocina para hacer postres, y es la que se usa regularmente para las crepas (Oropeza, 2017).

Tabla 1-2: Información nutricional de la harina de trigo

Cantidad por 100 g	
Calorías	350cal
Grasas	1,5g
Colesterol	0g
Sodio	300mg
Carbohidratos	72g
Azúcares	0g
Proteínas	12g
Calcio	40mg
Hierro	30mg
Tiamina	35mg
Niacina	40mg
Riboflavina	45mg
Ácido fólico	15mg

Fuente: Investigación de campo.

Realizado por: Chela, Diana, 2018.

2.5.6.2 *Harina de plátano*

Desde hace muchos años, a partir de los bananos de rechazo y plátanos verdes, se obtienen las harinas, consideradas como un producto de interés especial, por su valor nutricional particularmente en la población infantil. La leche está considerada un alimento completo, cuya composición especial ha hecho que algunos autores la consideren un alimento de alta funcionalidad, es por eso que, si a partir de ella se desarrollan productos donde el plátano, con su rica composición, pudiera estar incluido, se alcanzarían productos nutraceúticos de excelente calidad (Camejo, 2010, pág. 59).

Y es que todos somos conscientes de las dificultades a las que los celíacos se enfrentan con la alimentación en su día a día para llevar una dieta saludable y sabrosa, seleccionando cuidadosamente los alimentos exentos de gluten y también confiando en las declaraciones nutricionales o el etiquetado de los mismos. Por eso, esta harina de plátano verde, se postula como una alternativa saludable y rica para todos aquellos que padecen celiaquía (Clemente, 2012).

La harina de plátano orgánico es un alimento prebiótico, ayuda a bajar de peso, incrementa la absorción y la capacidad de antioxidantes y minerales (previene, por ejemplo, la osteoporosis),

reduce la presión sanguínea, modifica el metabolismo y mejora el sistema inmunológico. La harina de plátano orgánico es un buen reemplazo para otras harinas, por ejemplo, la harina de trigo. Este superalimento es bueno para las enfermedades celiacas y dietas libre de gluten. Estudios preliminares demuestran que incrementa el almidón resistente (efectos similares a la fibra dietética) y puede reducir los riesgos de obesidad, cáncer al colon y diabetes. El almidón resistente, es un tipo de almidón difícil de digerir y libera el tráfico de los alimentos, razón por la cual muchas personas están agregándolo a su dieta diaria y demostrando un particular interés (Ecological S.A.C, 2015).

Tabla 2-2: Información nutricional de la harina de plátano

Cantidad por 100 g	
Potasio	1,2g
Proteína	10,7g
Carbohidratos	89,7g
Calcio	117,8mg
Hierro	2,8mg
Tiamina	0,18mg
Riboflavina	0,24mg
Niacina	2,8mg
Calorías	340cal
Vitamina A	760mg
Vitamina C	7mg

Fuente: Investigación de campo.

Realizado por: Chela, Diana, 2018.

2.5.6.3 *Harina de avena*

Cuando la avena está algo más que tostada, más bien tiene como un sabor de avellana semejante al de las nueces. Se sabe muy bien en Escocia, que la avena es muy nutritiva, tanto para hombres, como para los animales, por su parte azucarada y oleosa se le puede aplicar leche (Cullen, 1794, pág. 109).

La avena sirve de alimento en los países que carecen del trigo y cebada, pero da un pan ordinario, negruzco y de sabor amargo, aunque muy sano (Jiménez, 1848, pág. 82).

La harina de avena, sobre la cual ha crecido exponencialmente el interés de los consumidores en las últimas dos décadas, una vez que se han descubierto y divulgado sus numerosos beneficios para la salud, es una fuente natural y abundante de hidratos de carbono complejos y fibra hidrosoluble, como también lo es en vitaminas del grupo B, ácidos grasos de la serie omega-6 y algunos minerales, tanto de los considerados macro minerales (potasio o magnesio) como de oligoelementos (zinc, cobre o manganeso) (Sánchez C. , 2018).

Cada día se estrecha más el vínculo entre el consumo de harina de trigo y otras similares y la casuística de disturbios intestinales y procesos autoinmunes, aquellos desencadenados por el sistema inmunitario como reacción a sustancias del propio organismo (Sánchez C. , 2018).

Entre los beneficios y propiedades de la harina de avena destacamos una de las principales ventajas de su consumo que es su enorme versatilidad, pues son muchas las alternativas de consumo que nos brinda. Sus componentes, granos de avena cargados de fibra soluble, proporcionan una eficaz herramienta para reducir el colesterol y alejar el riesgo de padecer enfermedades cardiovasculares (Sánchez C. , 2018).

De hecho, la Asociación Americana de Diabetes aconseja a estos pacientes ingerir cada día de 20 a 35 gramos de fibra procedente de la harina de avena, teniendo en cuenta que una ración suministra unos cuatro o cinco gramos (Sánchez C. , 2018).

Ese alto contenido en fibra que le caracteriza da lugar a experimentar una pronta sensación de saciedad, lo que, como veremos más adelante, se convierte en un factor de adelgazamiento. Cada vez son más los regímenes en los que desaparece la harina de trigo y entra la de avena, ya que, por ejemplo, comiendo de mañanas unas galletas de harina de avena es probable no sentir apetito hasta las dos-tres de la tarde. Por idéntica razón (abundancia de fibra), la harina de avena es muy apropiada para personas que tienen elevada la tensión arterial y una contribución a la prevención del cáncer de colon.

La harina de avena puede ser, en cierta medida, una alternativa a la de trigo para utilizarla en sistemas alimentarios que no requieran de la formación de gluten (Venegas, 2009, pág. 34).

Tabla 3-2: Información nutricional de la harina de avena

Cantidad por 100 g	
Calorías	57cal
Grasas	8,57g
Colesterol	0mg
Sodio	0mg
Carbohidratos	68g
Proteína	14,28g
Calcio	5,71mg
Hierro	22,85mg

Fuente: Investigación de campo.

Realizado por: Chela, Diana, 2018.

2.5.6.4 *Harina de almendras*

Se ha escuchado millones de veces que la harina engorda y que además no tiene valor nutricional. Es posible que incluso se pensara más de dos veces antes de morder un pastel teniendo eso en la cabeza. Y de pronto apareció la fabulosa alternativa de la harina de almendras (Macher, 2017).

Las almendras son frutos secos muy nutritivos, fuente de lípidos, grasas saludables, antioxidantes, proteína, potasio, vitamina e, calcio y magnesio. Los ácidos grasos que contienen las almendras (Omega 3 y 6) son indispensables para la buena salud del organismo, y consumirlas con moderación, otorga enormes beneficios al cuerpo y la salud (Canasta Verde, 2015).

Entre los minerales que se encuentran en la harina de almendras, encontramos en cantidades importantes el cobre y el magnesio; estos dos minerales tienen una función que activa las enzimas de las células que usan para producir energía. el cobre, es compatible con la fuerza de los tejidos conectivos, mientras que el magnesio ayuda a obtener el ADN necesario para la reproducción celular (Canasta Verde, 2015).

Además del valioso aporte de minerales que ofrece, la harina de almendras también es buena fuente de vitamina E, el nutriente que necesitas para una piel saludable. La vitamina E funciona como un antioxidante; esto significa que ofrece protección solar natural al neutralizar las sustancias químicas tóxicas que se crean cuando la piel se expone al sol (Canasta Verde, 2015).

Actualmente la totalidad de los saborizantes en pastas son empleados en la fabricación de helados, por tal motivo se decidió desarrollar una harina saborizada con almendras (Valdés & Alea, 2016, pág. 14).

Tabla 4-2: Información nutricional de la harina de almendras

Cantidad por 100 g	
Grasa saturadas	4g
Sodio	14mg
Carbohidratos	6g
Proteínas	18g

Fuente: Investigación de campo.

Realizado por: Chela, Diana, 2018.

2.5.6.5 *Harina de coco*

La harina de coco está hecha con pulpa de coco. Se seca, se le extrae la grasa y se muele finamente hasta formar un polvo que recuerda a la harina de trigo. Lo mismo que otras harinas, puede usarse para hacer pan, magdalenas, galletas y guisos. El único inconveniente es que no contiene gluten, la proteína que se encuentra en muchos cereales (Fife, 2015).

Es un alimento que nutre al 100% puesto que, tiene un 50% de fibra alimentaria, proteínas y minerales y lo más importante es que posee un contenido muy bajo en carbohidratos y almidones, la grasa que genera es totalmente saludable. Rico sabor, rico olor y muy nutritiva (Unisima, 2019).

Para ser exactos el 14% es el contenido exacto de carbohidratos que son provenientes del aceite coco que se encuentra en la harina de coco. Estos carbohidratos son de fácil digestión, inclusive hay vegetales que contienen carbohidratos más altos que los que contiene la harina de coco (Unisima, 2019).

Se trata de un producto muy rico en fibra y en proteínas y que es muy saciante. Tiene también un contenido relativamente alto en grasas siendo una de ellas el ácido láurico, una de las grasas saturadas considerada como "buena" y que ayuda a cuidar nuestra piel y el sistema inmunológico (Cocinista, s.f.).

Esta harina de coco puede y es usada por quienes ya la han descubierto como un sustituto de la harina de trigo y de otras harinas a base de granos para recetas horneadas y otros productos culinarios, aquellos que se han aventurado han obtenido muchos beneficios no solo en sabor y textura sino en aportes nutritivos (Unisima, 2019).

Tabla 5-2: Información nutricional de la harina de coco

Cantidad por 100 g	
Carbohidratos	45g
Azúcar	28g
Grasas	24g
Proteínas	11g
Sodio	71mg

Fuente: Investigación de campo.

Realizado por: Chela, Diana, 2018.

2.5.6.6 *Harina de maíz*

Obtenida de la molturación de granos de maíz. A partir de este tipo de harina se elabora un plato de gran fama en Italia, como es la polenta, una especie de papilla de sabor dulce o salado. La harina de maíz puede refinarse, y utilizarse como espesante principalmente o en distintas elaboraciones de pastelería (Martínez, 2010, pág. 66).

El maíz es un cereal de origen americano, hoy cultivado en todo el mundo. Su harina con una gran variedad de usos en la cocina de todas las regiones del mundo. La harina de maíz se ha usado como alimento básico en multitud de regiones del mundo. Conocemos bien la fuerte tradición americana que hay alrededor de este grano (en particular en México, Colombia, Perú y Venezuela), pero en otras partes del mundo como África y Europa también se usa con cierta frecuencia (Cocinista, s.f.).

Se trata de una harina que no contiene gluten por lo que puede ser consumida por los celíacos. Sin embargo, este hecho hace que no se puedan confeccionar panes exclusivamente con ella dado que la ausencia de gluten impide que el pan tenga una consistencia y elasticidad adecuada. Para ello, las tortillas de maíz o panes con maíz suelen llevar siempre otra harina, normalmente de

trigo. Sin embargo, es una harina que en presencia de líquido abundante y cocinada adecuadamente da lugar a una pasta muy apreciada en cocina, como puede ser el caso de la polenta italiana o los tamales mexicanos (Cocinista, s.f.).

Tabla 6-2: Información nutricional de la harina de maíz

Cantidad por 100 g	
Proteína	8,3g
Carbohidratos	66g
Fibra	9,40g
Grasa	3g
Calcio	18mg
Vitamina A	12mg
Hierro	2,40mg

Fuente: Investigación de campo.

Realizado por: Chela, Diana, 2018.

2.5.7 Tipos y modelos de crepés

Se dice que, en aquellos ayeres, el príncipe de Gales visitaba con bastante frecuencia Montecarlo, el príncipe acudía a una reunión con personas cuyos nombres no tienen relevancia. Lo importante no fue la plática sobre la mesa, sino aquello que se fraguaba en la cocina (Aspic, 2015).

El encargado de la comida para el príncipe, decidió sorprenderlo con unas crepas, pero cubiertas de salsa de frutas, la magia se suscitó al momento de calentar la salsa, ya que, durante ese proceso, se derramó licor accidentalmente sobre el sartén y todo comenzó a arder. El chef creyó que había arruinado la salsa, pero al fin curioso la probó y para su sorpresa había creado una salsa de buen sabor, las utilizó sobre las crepas y finalmente las sirvió al príncipe (Aspic, 2015).

Este quedó sorprendido con el sabor de las crepas y comió hasta dejar el plato limpio, el príncipe estaba satisfecho y preguntó al chef por el nombre de tan buen platillo, a lo que el chef contestó, “*crepe princesse*”, el príncipe contrarrestó, porque no le pones *Suzette*, en consideración a una niña que se encontraba presente en dicha reunión (Aspic, 2015).

2.5.8 *Tipos*

Actualmente, existen gran variedad de crepas, pero todo podría resumirse a que las hay dulces y saladas (Aspic, 2015).

El uso de las frutas y mermeladas en las crepas dulces es casi forzoso, en el caso de las crepas saladas, se consideran los quesos y las carnes frías como perfectos complementos. Una crepa es la mejor opción si se quiere comer algo ligero para entretener el hambre y no perderse del plato fuerte (Aspic, 2015).

Han pasado los años, bastantes han sido ya desde que las crepas fueron concebidas como un alimento viable, y aún hoy, con tantas opciones a mano se sigue consumiendo con indisimulado placer (Aspic, 2015).

2.5.9 *Modelos*

Existen tres modelos de crepés en cuanto a su forma:

- El crepé *aumoniere* (o monedero) es una de ellas. En este caso, la masa se cierra como una bolsita de mendigo y se ata la parte de arriba con una hoja finita de puerro (Popular, 2012) .
- También está la crepé *kadó* (regalo), llamada así porque se dobla como un paquetito de regalo (de la misma forma que los tamales) y se ata de los dos lados (Popular, 2012) .
- Y las crepés *Suzette* (Susana), las más clásicas, que se cierran en forma de pañuelito, doblándolas a la mitad y que se suelen servir con una confitura de mandarinas flambeada con Curazao (Popular, 2012).

2.5.10 Rellenos de un crepé

La crepé admite todo tipo de ingredientes, por lo que puede convertirse en un alimento muy nutritivo y equilibrado (García, 2013).

La elección de los rellenos depende de la ocasión y de los gustos de cada persona. Estas son algunas sugerencias:

- **En crudo:** tomates secos, rúcula y parmesano; ensalada de zanahoria y remolacha aliñada con cilantro picado, aceite de oliva y mayonesa; atún, escarola, tomate y aceitunas (García, 2013).
- **Dulces:** requesón y frutos secos triturados; chocolate con mermelada de naranja; yogur, miel y nueces (García, 2013).
- **Salados:** mezcla de quesos (emmental, parmesano y gouda); mozzarella, tomate y albahaca; espinacas gratinadas con bechamel (García, 2013).

2.5.11 Aporte energético

Los crepés, por los ingredientes que los componen, son una masa energética y rica en proteínas ya que está compuesta por harina, leche, huevo y un poco de mantequilla. La receta final aún resulta más calórica según los alimentos que compongan el relleno. Hay rellenos clásicos como la crema pastelera, la nata o el chocolate, que suman azúcares, grasas y calorías. Los hay salados (como las gambas, jamón, queso), que suman proteínas aunque también grasas (Consumer, 2012).

La harina es un ingrediente que contiene un alto contenido en proteínas y minerales (fósforo, potasio, magnesio y cinc). Además, no produce colesterol y resulta beneficioso para el estreñimiento ya que es rico en fibra. La leche contiene altas dosis de calcio y es conveniente para todo tipo de edades ya que refuerza la salud de nuestros huesos. Y el aceite de oliva es rico en Vitamina E y Vitaminas liposolubles A, D y K (Navarro, 2013).

2.5.12 Crepería

Restaurante de origen bretón, especializado en la degustación de crepas dulces o saladas, con rellenos variados y preparadas al momento. Actualmente, las creperías se han implantado en todas las regiones francesas, y con el paso del tiempo alrededor del mundo. En ellas es característico el vaso de sidra o bebidas que acompañen a esta preparación como el café, té o batidos (Larousse Cocina, 2018).

2.5.12.1 Áreas básicas de una crepería

En general cocina, junto a sus áreas anexas, constituye el conjunto de áreas o locales necesarios para recibir, manipular y transformar los alimentos, y convertirlos en platos elaborados (Sánchez, Antonio, 2017, pág. 7).

- **Zona caliente:** es el lugar más emblemático, donde se transforman los alimentos crudos. Por regla general, es el centro de operaciones, atribuyéndole el lugar más central de la instalación. De hecho, actualmente son muchos los que optan por darle todo el protagonismo como es el caso de las creperías, siendo instaladas a la vista del cliente (Sánchez, Antonio, 2017, págs. 15-16).
- **Zona fría:** en esta zona se preparan los platos que se servirán directamente al comensal sin pasar por la zona de cocción, o usando ingredientes previamente trabajados que formarán parte de los platos fríos (Fagor Industrial, 2014).
- **Zona de lavado:** la vajilla sucia con los restos de comida se deposita en una mesa de entrega cercana a la entrada a la cocina. Allí se realiza el desecho de los restos a un cubo de basura. El equipamiento se completa con unas estanterías para ubicar la vajilla limpia (Fagor Industrial, 2014).
- **Zona de almacenaje:** cuando los productos llegan al restaurante deben ser clasificados y luego almacenados bien sea en seco o frío. Esta zona es la que posee mayor higiene y orden de todo el establecimiento (Daza, Mendez, & Rodríguez, 2014).

2.5.12.2 Maquinaria y utensilios en una crepería

Maquinaria

Se entiende por tal cualquier instalación dotada de mecanismos o dispositivos que basen su funcionamiento en un aporte no manual de energía, usualmente eléctrica o de gas, utilizada para el desarrollo de las actividades propias de la cocina. Incluye, por ejemplo, cocina industrial, licuadora, batidora, instalaciones frigoríficas, creperas, microondas, entre otras muchas posibles (Montes, Lloret, & López, 2009, pág. 8).

Crepera: está diseñada para ayudar a cocinar una crepa, ya sean dulces o crepas saladas. Hacer crepas en un sartén puede resultar un reto, no se pueden cocinar bien y son difíciles de voltear para dorar (editor2, Cómo Hacer Crepas, 2014).

- **Crepera de gas:** la crepera de gas es muy similar a un sartén. Es de forma redonda y se calienta eventualmente, lo que permite tener una crepa perfecta. Tiene un borde que permite que la mezcla no se derrame en la estufa, esto es para poder voltear el crepé fácilmente. Su diseño es para realizar crepés en grandes cantidades, convirtiéndola en la más recomendada para un negocio (editor2, Cómo Hacer Crepas, 2014).
- **Crepera eléctrica:** no necesita de estufa, las maquinas eléctricas de crepas están fabricadas especialmente para hogares, por su practicidad y sencillez (Mones, 2018).

Batidora: la batidora que actualmente se conoce, fue inventada en el año 1922 y gracias a las múltiples transformaciones y mejoras que ha sufrido, se ha convertido en un instrumento tan importante en la cocina de tantas personas a nivel mundial (Rey, 2017).

Licuadora: es un electrodoméstico que se utiliza en la cocina para la trituración de alimentos, así que permite obtener purés, líquidos, batidos, entre otras clases de preparaciones que requieren de este procedimiento. Esto puede ser posible gracias a su velocidad de giro y el poder hacer girar el alimento a dicha velocidad (Isma, 2016).

Refrigeradora: ayuda a mantener la comida fría. Las temperaturas frías ayudan a que la comida se mantenga fresca durante más tiempo. La idea básica que se encuentra detrás de la refrigeración es bajar la actividad bacteriana (que toda comida contiene) así a las bacterias les llevará más tiempo estropear la comida (Como funciona, 2015).

Utensilios

Espátula: la espátula es una larga y estrecha herramienta de cocina que a menudo se compone de madera sellada, la espátula tiene la capacidad de deslizarse fácilmente debajo de la crepa frágil durante el proceso de cocción y mover o voltear la crepa sin dar lugar a un desgarro en ella. Un borde biselado en el extremo ayuda a hacer que sea más fácil para que la herramienta se deslice debajo de la crepa y tiene mucho que ver con asegurarse de que no sufra daños la crepa mientras se mueve alrededor (editor2, 2014).

Junto con la tradicional espátula de crepa de madera, conocida como espátula esparcidora o rastrillo, también es posible encontrar la herramienta en ambas versiones: de nylon y metal. La elección de una de ellas dependerá del tipo de crepera a usarse (editor2, 2014).

Una de las cosas importantes a considerar antes de comprar una espátula es lo bien que se sostiene bajo el calor. Por ejemplo, las creperas destinados a ser utilizados en estufas de gas van a funcionar bien con casi cualquier tipo de espátula. Sin embargo, las crepas que son preparadas en una crepera eléctrica pueden requerir el metal o los tipos de madera. Además, algunos sartenes para crepas están revestidos con una superficie antiadherente. Si ese es el caso, entonces se prefiere el uso de nylon o de la espátula de madera (editor2, 2014).

2.5.12.3 *Primeras creperías en el Ecuador*

La Crêperie

La Crêperie fue fundada en 1977 por los primos Marcia y Rolando Simón. Ubicada en el corazón del barrio Mariscal, en la calle Calama 362 y Juan León Mera donde en ese entonces había solo 2 o 3 restaurantes y un hotel (Digital, s.f.).

Marcia al volver de Europa, comenta con Rolando su interés en abrir una Crêperie inspirada en sus vivencias gastronómicas en el viejo continente. A Rolando le encantó la idea y comenzaron con muchísima ilusión. Después de algunas pruebas en las cuales participaron amistades y familiares, lograron abrir las puertas al público (Digital, s.f.).

Crepes & Waffles

Siendo una marca colombiana, surgiente de la ciudad de Bogotá esta compañía, en 1995 sintió que era necesario llevar el sabor y el amor de Crepes & Waffles más allá de las fronteras, decidieron abrir en Quito, Ecuador con el propósito de despertar los sentidos de todos los quiteños. El 13 de junio de 1995, 15 años después de su nacimiento, se abre el primer restaurante ubicado en la Av. Francisco de Orellana. En la actualidad, Crepes & Waffles cuenta con 5 restaurantes y 4 heladerías en Quito (Crepes&Waffles, 2018).

El medio día

A más de la fusión de sabores, la peculiaridad de este lugar es que la mayoría de sus crepés son servidos en forma de cono y se comen sin cubiertos, una idea que tuvo Reiko Oiso, una japonesa radicada en Ecuador desde hace más de diez años, propietaria del negocio (El Universo, 2017)

Moisés Torres, encargado del local, cuenta que la propietaria es fanática de la cocina francesa y de su comida típica como los crepés, y que en una de sus visitas a Japón vio cómo servían este postre en forma de cono, algo que le llamó mucho la atención y la motivó a apostar por esta propuesta. Es así como hace un año abrió la crepería en Riobamba, donde vive actualmente. La gran acogida que tuvo el local la llevó a expandir la marca abriendo una sucursal en Guayaquil (El Universo, 2017).

2.5.13 *Bebidas acompañantes para un crepé*

2.5.13.1 *Café*

La historia del café es muy antigua, y su origen ha dado pie a muchas polémicas, algunos afirman que fue en Etiopía donde se descubrió el poder energizante de sus granos, aunque se conoce la leyenda o mito del siglo IX sobre un pastor de cabras que en territorio de lo que es hoy Yemen, advirtió que sus animales se volvían inquietos después de comer los granos de una planta hasta ese momento desconocida (Casalins, 2017).

Decidió calentar los frutos en un poco de agua y así los probó, pero esa infusión tenía tan mal sabor, que arrojó a la hoguera lo que quedaba en el recipiente. Para sorpresa, los granos cuando se quemaban tenían un exquisito aroma. Fue así que surgió la idea de preparar la bebida con los granos tostados. Sobre lo que no hay duda es que de África, el cultivo se diseminó por Medio Oriente, Persia (hoy Irán), Turquía y Marruecos (Casalins, 2017).

Fueron los musulmanes quienes llevaron la costumbre de beber la infusión. Así, en 1475 se abrió la primera cafetería en Constantinopla (la actual Estambul). Ya en el ese siglo XV, los granos de café se tostaban y molían, para facilitar la preparación. De allí su consumo se extendió a Italia y, luego, al resto de Europa. Serían los europeos los que llevarían el cultivo a América y el sudoeste asiático. Hoy no entendemos el mundo sin la existencia del café, preparado de innumerables maneras respondiendo a la diversidad cultural gastronómica de los distintos países (Casalins, 2017).

El café en América

Los conquistadores europeos llevan las primeras plantas de café a varios países de América: los españoles a Colombia, Perú y Ecuador. La mano de obra esclava era fundamental para que el café se produzca en gran escala, la demanda superaba ampliamente a la oferta, por lo que se buscaban sustitutos para una bebida que ya era imprescindible para muchos (Casalins, 2017).

Tipos de café

- **Café espresso:** es un café a presión, después de haber molido los granos y haber colocado 7g de café en el filtro, luego un chorro de agua muy caliente, unos 15 ml. Se obtiene una infusión de sabor pronunciado y espumoso. La temperatura ideal para beberlo es de unos 65° (Casalins, 2017).
- **Café americano:** también conocido como café agudo, es una variación sencilla de expreso. El único componente extra es agua caliente. Y se debe poner tanta cantidad como café, esto rebaja mucho el sabor, y lo deja más suave (Mundo del café, s.f.).
- **Café capuchino:** este es uno de los tipos de café más populares del mundo. De origen italiano, y cuyo nombre es el conocidísimo cappuccino, ha llegado a todas partes por su irresistible sabor y textura. Es el perfecto acompañante de cualquier desayuno, o para tomar después de las cenas (Mundo del café, s.f.).
- **Café mocaccino:** esta es otra de las variantes más famosas de café con leche. La base es la misma, pero añadiendo una capa de jarabe de chocolate, y canela o cacao en polvo. En algunos casos, se substituye la leche por crema de leche, lo que le dará un sabor mucho más sabroso (Mundo del café, s.f.).

Beneficios de consumir café

- **Nos mantiene alerta:** la cafeína es el componente más importante del café, y el psicoactivo más consumido del mundo. Nada más tomar un café, la cafeína actúa en el cerebro, bloqueando un neurotransmisor, la adenosina, que hace que aumenten otras sustancias como la dopamina o la norepinefrina, que aceleran la actividad cerebral.

Muchos estudios realizados en humanos muestran que el café mejora varios aspectos de la función cerebral. Esto incluye la memoria, el ánimo, la vigilancia, los niveles de energía, los tiempos de reacción y la función cognitiva general (Ayuso, 2013).

- **Ayuda a quemar grasas:** la cafeína está presente en la mayoría de suplementos alimenticios que, se supone, nos ayudan a adelgazar. Es una de las pocas sustancias naturales que ayudan a la quema de grasas (Ayuso, 2013).
- **Contiene nutrientes esenciales:** la infusión tiene muchos otros nutrientes esenciales para nuestro organismo. Una taza de café contiene riboflavina (vitamina B2), ácido pantoténico (vitamina B5), manganeso, potasio, magnesio y niacina. El café es, además, la mayor fuente de antioxidantes de la dieta occidental, pues tiene más que la mayoría de frutas y vegetales (Ayuso, 2013).
- **Disminuye la posibilidad de sufrir enfermedades neurodegenerativas:** diversos estudios muestran que los bebedores de café podrían tener un 65% menos de posibilidades de padecer Alzheimer, y entre un 32 y un 60% (según los estudios) de sufrir Parkinson. Parece que la cafeína es la principal responsable de esto, ya que los bebedores de descafeinado no muestran ninguna ventaja (Ayuso, 2013).
- **Combate la depresión:** según un estudio de la universidad de Harvard, el riesgo de sufrir depresión disminuye cuando aumentamos el consumo de café, al menos en las mujeres, que es con las que se realizó el estudio. Las mujeres que consumieron cuatro o más tazas de café al día desarrollaron la depresión en un 20% menos. De nuevo, la cafeína es la responsable de esta reducción (Ayuso, 2013).

2.5.13.2 Milkshakes

¿Medicina? El término milkshake apareció por primera vez en un impreso de 1885, aunque entonces no era tan dulce e inocente: se refería a una supuesta bebida medicinal hecha con leche, huevos y... ¡whisky! La popularidad de la bebida creció a partir de 1922, cuando un empleado de la farmacia Walgreens de Chicago mezcló la medicinal bebida con dos bolas de helado, creando un batido que pronto encantó a los jóvenes de todos los rincones del país (La Nación, 2012).

Desde entonces, el milkshake se popularizó en las llamadas fuentes de soda, que contaron con congeladores de freón para conservar los helados y con las primeras máquinas de batidos (La Nación, 2012).

“La proliferación de los mezcladores de cocina del siglo 20 llevó al batido de estar indisolublemente asociado a los helados, aunque técnicamente, cualquier tipo de bebida a base de leche se convierte en un batido”, asegura un artículo del sitio mshake.com. Para el nuevo siglo, surgieron los milkshakes bajos en azúcar, bajos en grasa e, incluso, llegaron a ser utilizados como parte de un tratamiento dental para reducir la ansiedad de los pacientes (La nación, 2012).

Sus principales ingredientes son la leche, el helado o leche helada. Además se le agregan saborizantes como el jarabe de frutas, salsa de chocolate o esencias, los cuales le dan un toque especial (La Hora, 2012).

Beneficios de consumir milkshakes

- **Saludables:** preparar licuados saludables es muy fácil y pueden hacer la ingesta de fruta más sencilla. Los licuados con fruta ayudan a mejorar la digestión y en algunas dietas se recomiendan para bajar de peso (Diaz, 2018).
- **Gran variedad:** hay muchísimas combinaciones para prepararlos y cosas para agregarle. Empezando por la selección de leche, fruta y cualquier cereal adicional que se desee (Diaz, 2018).
- **Buenos a cualquier hora:** los licuados, a diferencia de ciertas comidas, se pueden preparar a cualquier hora del día y nunca están fuera de lugar. Tomar uno por la mañana da muchas energías. (Diaz, 2018).
- **Reduce la ansiedad:** si se sufre de ansiedad de comida dulce, prepararse un licuado cuando esto pase nunca está de más. Con eso se consigue una buena cantidad de nutrición, además que se eliminan esos antojitos (Diaz, 2018).

2.6 Marco conceptual

Emprendedor

Se refiere a la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo inicial y continuo por alcanzar una meta u objetivo, esta palabra también se utiliza para referirse a la persona que iniciaba una

nueva empresa o proyecto. Este vocablo es aplicado a empresarios que fueron y son innovadores o agregan valor a un producto o proceso ya existente (Schnarch A. , 2014, págs. 22-23).

Crepé

Se denomina crepé o crepa (del francés crêpe, y éste a su vez del latín crispus, ‘crespo’) a la receta europea de origen francés hecha fundamentalmente de harina de trigo, con la que se elabora una masa en forma de disco. Se sirve habitualmente como base de un plato o postre aplicándole todo tipo de ingredientes dulces o salados. Los ingredientes comunes de esta masa cocida son: harina, huevos, leche, mantequilla y azúcar (La Crêpe Blog, 2012).

Distingo competitivo

Son estrategias con estándares de calidad para los productos que tiene una empresa cuya distinción en el mercado está dada por la capacidad de innovar y su inteligencia competitiva (Saracho, 2005, pág. 51).

Estudio de mercado

Es el estudio más decisivo al momento de realizar un proyecto. En el cual se analizan todos los componentes del mercado como: demanda, oferta y lo que se conoce como marketing mix (producto, precio, plaza y promoción) además de los canales de comercialización (Lara, 2011).

Estudio técnico

El estudio técnico conforma la segunda etapa de los proyectos de inversión, en el que se contemplan 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 requeridos (CIFE, 2001).

Factibilidad

Se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados. Generalmente la factibilidad se determina sobre un proyecto, determinando si el negocio será o no exitoso (Alegsa, 2018).

CAPÍTULO III

3 MARCO METODOLÓGICO

3.1 Tipo y diseño de la investigación

La investigación realizada es de tipo exploratoria, descriptiva y no experimental. Exploratoria porque según el autor Fidas G. Arias define: Que es aquella que se efectúa sobre un tema desconocido o poco estudiado, por lo que sus resultados constituyen una visión aproximada para la solución del problema. Descriptiva porque consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento frente a la competencia. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere (Supo, 2012).

Y no experimental, porque la información fue recolectada directamente por los encuestados sin ser manipulada, ayudando a obtener datos sobre diferentes variables de consumo.

3.2 Técnicas de recolección de datos

En el desarrollo del emprendimiento se utilizó la técnica de la encuesta. La encuesta personal es la recopilación de datos al establecer contacto con un número limitado de personas a través de cuestionarios; es el método más usado, pero requiere de una planeación minuciosa (Lara, 2011).

3.3 Fuentes de investigación

Fuentes primarias

Son aquellas que arrojan resultados únicos y de primera mano. Para la puesta en marcha del presente proyecto de factibilidad se realizaron encuestas las cuales constaban de 11 preguntas, dichas encuestas fueron aplicadas al resultado de la muestra determinada de la población urbana de la ciudad de Santo Domingo obtenida de la base de datos del Instituto Nacional de Encuestas y Censos (INEC) la cual arrojó como resultado aplicar 138 encuestas, con el fin de obtener información necesaria para la implementación del proyecto.

Fuentes secundarias:

Constan de documentos los cuales recolectan datos ya existentes, proporcionando una síntesis de información. Se utilizó libros, internet, datos del INEC, revistas, entre otros.

3.4 Segmento de mercado

En este paso se determina las características (edad, sexo, raza, ubicación, ingresos) y se los divide en variables. Siendo una herramienta de mercadotecnia la cual permite realizar un análisis de mercado, en donde, un universo, es dividido en grupos con al menos una característica homogénea (Lara, 2011).

Tabla 1-3: Segmentación de mercado

Variable	Segmentación
Geográfica	
País	Ecuador
Región	Costa
Provincia	Santo Domingo de los Tsáchilas
Ciudad	Santo Domingo
Cantón	Santo Domingo
Total habitantes	305 632
Población	Urbana
Número de habitantes	270 875

Demográficas	
Nacional	Variable
Sexo	Hombres y mujeres
Edad promedio	Variable
Psicográficas	
Clase social	Media y Alta
Posición	
Grado de lealtad	Fuerte
Actitud hacia el producto	Calidad, buen servicio, buen ambiente

Fuente: Investigación de campo.

Realizado por: Chela, Diana, 2018.

3.5 Universo

El universo a utilizarse está constituido por las personas de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas la cual tiene 368 013 habitantes, cantón Santo Domingo de los Colorados con un total de 305 632, dividido en 14 parroquias, 7 urbanas y 7 rurales, la zona urbana posee 270 875 pobladores económicamente activos, esta cantidad servirá como universo para la aplicación de la fórmula de muestreo. Estos datos se los tomó de la base de datos del Instituto Nacional de Encuestas y Censos (INEC) 2010.

Tabla 2-3: Universo de estudio

DETALLE	CANTIDAD
Población urbana de hombres y mujeres de la ciudad de Santo Domingo (PEA)	270.875 personas
Universo de estudio	270.875

Fuente: Investigación de campo.

Realizado por: Chela, Diana, 2018.

3.6 Muestra

Para obtener el resultado de la muestra, se procedió a utilizar la siguiente fórmula de poblaciones finitas para la aplicación de encuestas de los habitantes de las parroquias urbanas del cantón Santo Domingo:

Ecuación 1-3: Fórmula para cálculo de la muestra de poblaciones finitas

$$n = \frac{Z^2 pqN}{NE^2 + Z^2 pq}$$

n: tamaño de la muestra

Z: nivel de confianza (1,96)

p: probabilidad de éxito (0,9)

q: probabilidad de fracaso (0,1)

N: total de población

E: límite aceptable de error de la muestra (0,05)

Cálculo de la muestra

$$n = \frac{Z^2 pqN}{NE^2 + Z^2 pq}$$

$$n = \frac{(1,96)^2(0,9)(0,1)(270\ 875)}{(270\ 875)(0,05)^2 + (1,96)^2(0,9)(0,1)}$$

$$n = \frac{93\ 653,41}{677,53}$$

$$n = 138,22$$

$$n = 138$$

Al aplicar la fórmula, se obtuvo como resultado que se debe aplicar la encuesta a 138 personas de la zona urbana de la parroquia Santo Domingo.

3.7 Tabulación y análisis de resultados

1. Género

Tabla 3-3: Género de la persona encuestada

Indicador	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Hombre	51	37%
Mujer	87	63%
Total	138	100%

Fuente: Investigación de campo.

Realizado por: Chela, Diana, 2018.

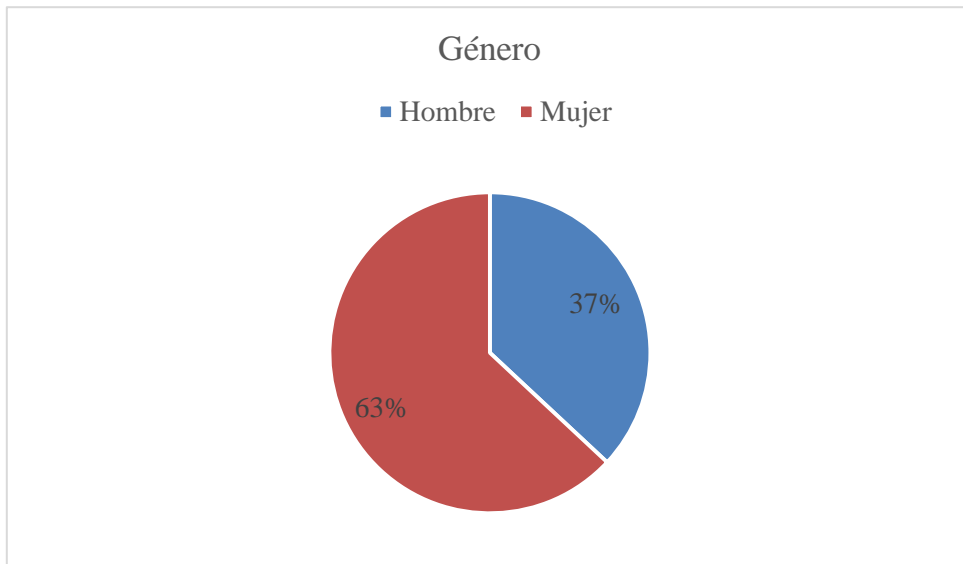


Gráfico 1-3: Género de la persona encuestada

Realizado por: Chela, Diana, 2018

Análisis interpretativo y descriptivo: al aplicar las encuestas a los posibles clientes, se determinó que el 63% son mujeres; seguidas por un 37% correspondiendo a los hombres. Dando como resultado que la población de mayor consumo son las mujeres debido a que según los datos obtenidos por el INEC en el último censo en el año 2010, la población de este género en la ciudad asciende en un 1,57% a la de los hombres. También cabe recalcar que parte de la encuesta se la realizó en la mañana; en donde hay mayor parte de afluencia de amas de casa las cuales van a dejar a sus hijos a las unidades educativas, asimismo existen instituciones públicas y privadas como bancos y supermercados en donde gran parte del personal son mujeres.

2. ¿En qué rango de edad se encuentra usted?

Tabla 4-3: Rango de edad

Indicador	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Menores de 13 años	14	10%
13-23 años	79	57%
24-34 años	36	26%
35 o más	9	7%
Total	138	100%

Fuente: Investigación de campo.

Realizado por: Chela, Diana, 2018.

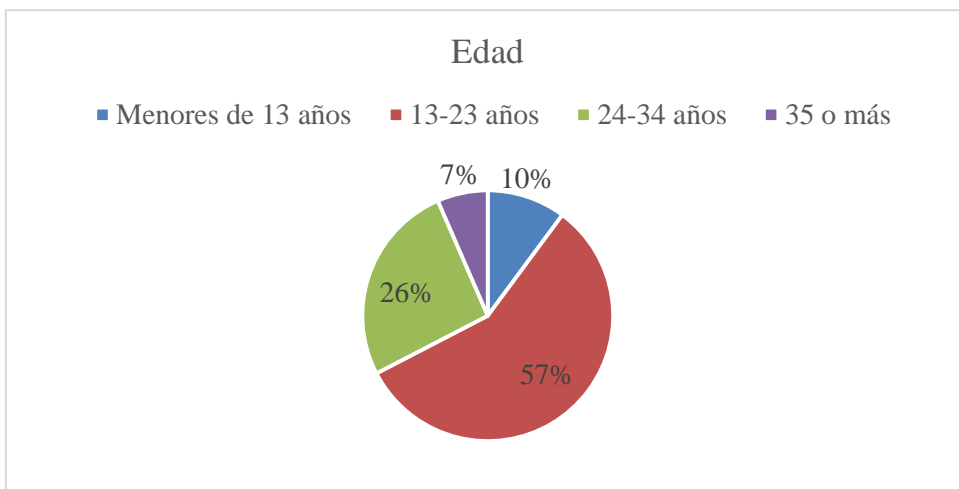


Gráfico 2-3: Rango de edad

Realizado por: Chela, Diana, 2018

Análisis interpretativo y descriptivo: una de las características de las personas encuestadas es la edad, la mayoría de los entrevistados, un 83% se encuentran en el rango de edad de entre los 13 a 34 años; debido a que en la zona donde se aplicó las encuestas es altamente comercial en donde transitan jóvenes y gente adulta por tal motivo este grupo se convierte automáticamente en el futuro mercado potencial. Por otro lado, un 10% son menores de 13 años porque eran niños los cuales pasaban por el lugar acompañados de sus padres disfrutando del tiempo en familia. Finalmente, el sobrante que equivale a un 7% poseen 35 años de edad o más.

3. ¿Cuánto dinero gasta usted generalmente en un establecimiento de alimentos y bebidas tipo fast food?

Tabla 5-3: Gasto económico en productos similares

Indicador	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
\$1-\$5	50	36%
\$6-\$10	74	54%
\$10-\$15	14	10%
Total	138	100%

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Chela, Diana, 2018

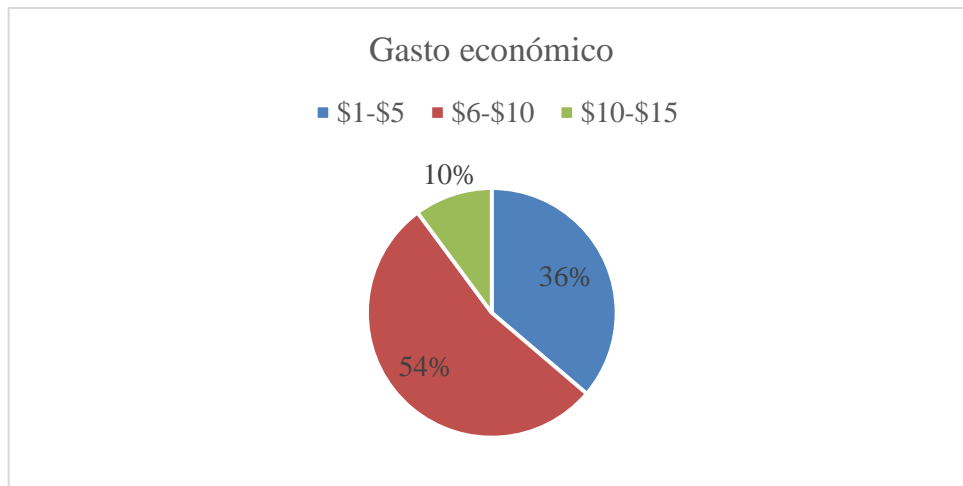


Gráfico 4-3: Gasto económico en productos similares

Realizado por: Chela, Diana, 2018

Análisis interpretativo y descriptivo: del 100% de las personas encuestadas el 54% respondió que gasta de \$6.00 a \$10.00 en un establecimiento de alimentos y bebidas tipo fast food, ya que la mayoría de los habitantes son empleados privados (INEC) por ende sus ingresos económicos son buenos. Mientras que el 36% mencionó que gasta de \$1.00 a \$5.00 debido a que prefieren pagar precios bajos para este tipo de comida porque argumentan que la cantidad es poca para saciar su necesidad de alimentación. Y apenas un 10% suele gastar de \$10 a \$15 pero argumentan que sólo lo hacen en una salida familiar (más de 5 personas).

4. ¿Con que frecuencia a la semana consume usted harinas?

Tabla 6-3: Frecuencia de consumo de harinas

Indicador	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1 vez a la semana	31	22%
2 veces a la semana	92	67%
3 veces a la semana	15	11%
Total	138	100%

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Chela, Diana, 2018

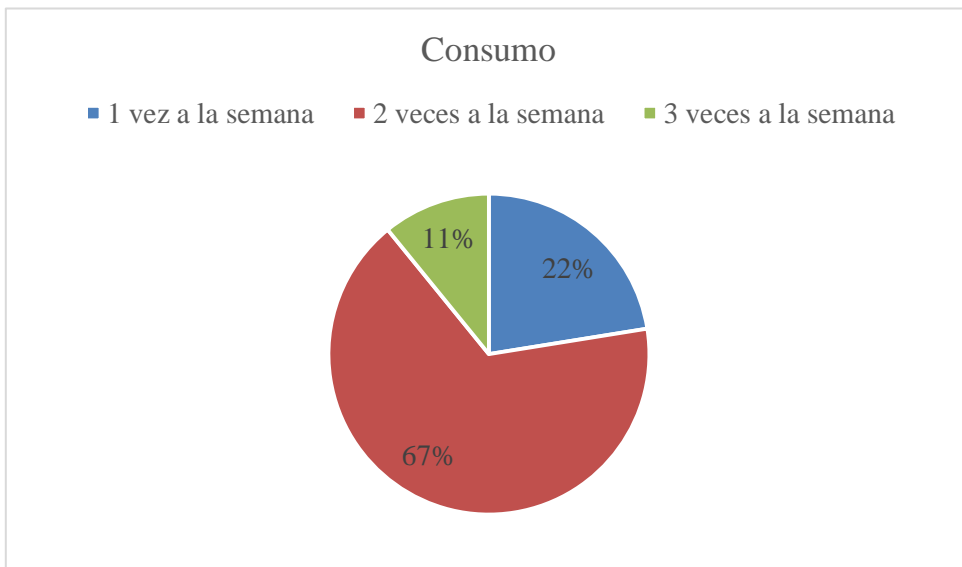


Gráfico 4-3: Frecuencia de consumo de harinas

Realizado por: Chela, Diana, 2018

Análisis interpretativo y descriptivo: según los resultados obtenidos, se observó que la frecuencia de consumo de harinas en los habitantes de Santo Domingo es de un 67% correspondiente a 2 veces por semana, porque es uno de los alimentos que se encuentran en la base de la pirámide alimenticia los cuales son nutrientes esenciales para el aporte de energía dentro del organismo del ser humano. Un 22% de los encuestados mencionó que consume harinas 1 vez a la semana porque piensan que las harinas son carbohidratos perjudiciales para la salud. Y el 11% restante consumen 3 veces a la semana; pero harinas de tipo integral.

5. ¿Qué tipo harina saborizada de dulce le gustaría consumir a usted en un crepé?

Tabla 7-3: Preferencia del consumo de harinas saborizadas

Indicador	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Plátano	32	23%
Trigo	19	14%
Coco	9	7%
Avena	14	10%
Almendras	64	46%
Total	138	100%

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Chela, Diana, 2018

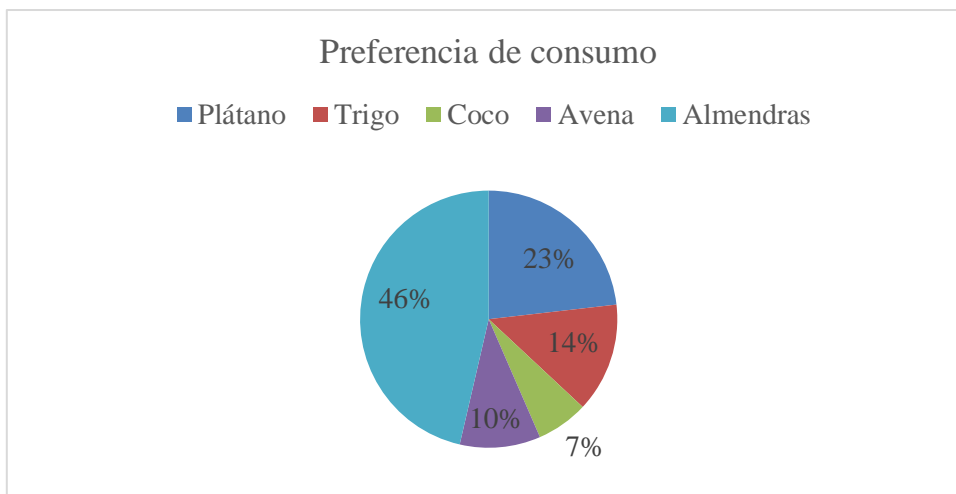


Gráfico 5-3: Preferencia del consumo de harina

Realizado por: Chela, Diana, 2018

Análisis interpretativo y descriptivo: en cuanto al tipo de harina saborizadas los entrevistados optaron en un 46% por la de almendras debido a que es un fruto seco no tan conocido, pero con muchas propiedades nutricionales el cual sería perfecto implementarlo en las recetas habituales del hogar y más aún en un crepé. El 24% optó por las opciones de trigo y avena, prefieren probar lo tradicional y no arriesgarse a experimentar algo nuevo. Un 23% se inclinó por la harina de plátano, mientras que el 9% restante por la de coco, justificando que son productos de la zona por tal razón sería mucho más fácil emplear estas harinas en la alimentación de los santodomingueños.

6. ¿Ha acudido usted a algún local que ofrezca crepés en la ciudad de Santo Domingo hechos a base de algún tipo de harina saborizada? (opciones de la pregunta anterior).

Tabla 8-3: Conocimiento de la competencia

Indicador	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	20	14%
No	118	86%
Total	138	100%

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Chela, Diana, 2018



Gráfico 6-3: Conocimiento de la competencia

Realizado por: Chela, Diana, 2018

Análisis interpretativo y descriptivo: del 100% de los encuestados, un 14% afirmó que sí ha acudido a un local en donde ofrezcan crepés hechos a base de algún tipo de harina saborizada, pero esta harina ha sido la de trigo, la cual es la más conocida, usada y consumida por las personas. Y referente al local este ha sido Poelé un establecimiento que lleva en la ciudad alrededor de unos 8 meses, pero que recién se está dando a conocer. Cabe recalcar que un 86% no han acudido a establecimientos que ofrezcan opciones de crepés con diferentes tipos de harinas saborizadas y los entrevistados mencionaron que sería una excelente opción para aumentar la oferta gastronómica en la ciudad.

7. ¿Estos establecimientos han logrado satisfacer sus necesidades?

Tabla 9-3: Satisfacción con la competencia

Indicador	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	11	8%
No	127	92%
Total	138	100%

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Chela, Diana, 2018



Gráfico 7-3: Satisfacción con la competencia

Realizado por: Chela, Diana, 2018

Análisis interpretativo y descriptivo: en relación a los datos obtenidos, el 92% de las personas encuestadas no se sienten satisfechas con los establecimientos que ofertan productos como los crepés, supieron manifestar que no hay una variedad en el menú, por ende, ya no les resulta agradable ir a consumirlos. Otra de las razones es que también el servicio es demasiado lento y que son pocos los lugares en donde hay una buena atención al cliente y que el ambiente es demasiado común, para nada llamativo.

8. ¿Qué tipo de decoración le gustaría a usted que tenga una crepería?

Tabla 10-3: Tipo de decoración

Indicador	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Retro	21	15%
Clásico	6	5%
Rústico	97	70%
Moderno	14	10%
Total	138	100%

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Chela, Diana, 2018

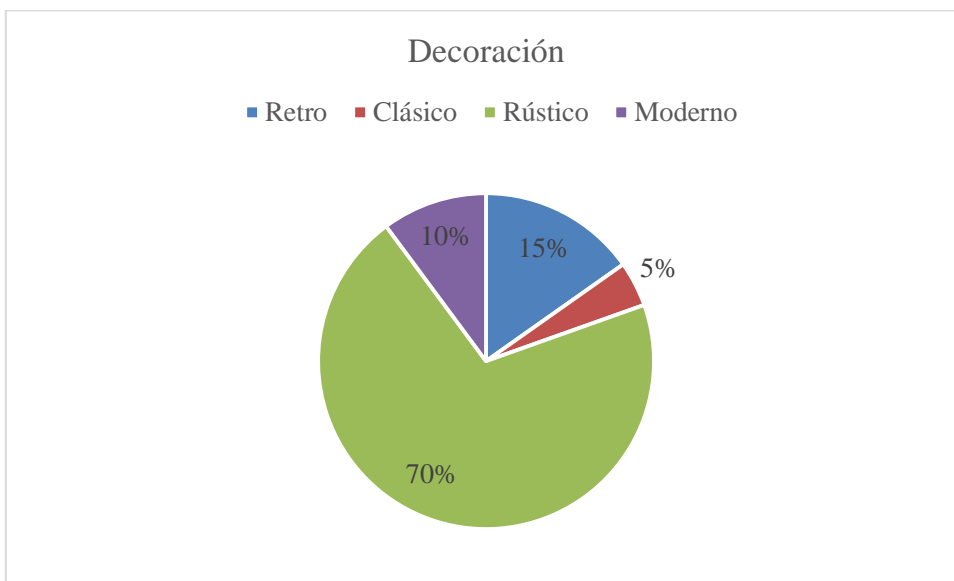


Gráfico 8-3: Tipo de decoración

Realizado por: Chela, Diana, 2018

Análisis interpretativo y descriptivo: en relación a los datos obtenidos, se sabe que el 70% de encuestados opta por la decoración de tipo rústico puesto que considera que es un estilo que genera un contacto con la naturaleza lo cual hace que sea un ambiente de armonía; el 15% prefiere una decoración retro ya que eran personas que deseaban recordar tiempos de antaño; el 10% de ciudadanos encuestaron se inclinaron por el moderno y el 5% restante por el clásico ya que quieren mantenerse actualizados.

9. ¿Qué ofertas quisiera obtener usted en un local de crepés?

Tabla 11-3: Variedad de ofertas

Indicador	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Descuentos	80	58%
Canjes	19	14%
Paquetes promocionales	39	28%
Total	138	100%

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Chela, Diana, 2018

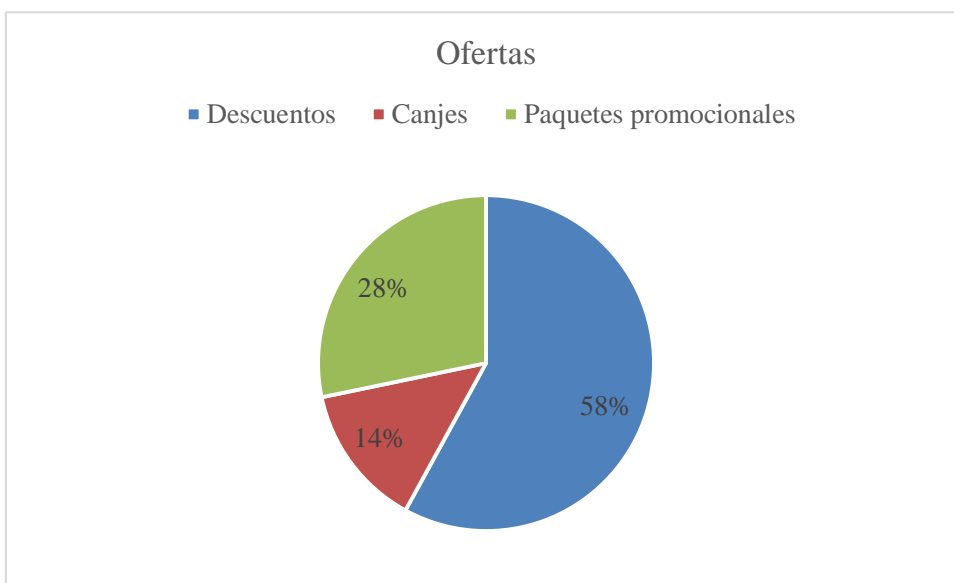


Gráfico 9-3: Variedad de ofertas

Realizado por: Chela, Diana, 2018

Análisis interpretativo y descriptivo: a razón de la variedad de ofertas en el establecimiento, se obtuvo que el 58% prefiere descuentos, considerando que de esta manera se reduciría el costo del consumo final; el 28% optó por paquetes promocionales, así se degustará de una variedad de productos a un cómodo precio. Finalmente, el 14% mencionó que desearían canjes, ya que es una forma indirecta de adquirir productos gratis y la mayoría de las veces es agradable.

10. ¿Mediante qué medio de comunicación le gustaría a usted recibir la información sobre la crepería?

Tabla 12-3: Información mediante medios de comunicación

Indicador	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
TV	19	14%
Radio	8	6%
Internet	111	80%
Total	138	100%

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Chela, Diana, 2018

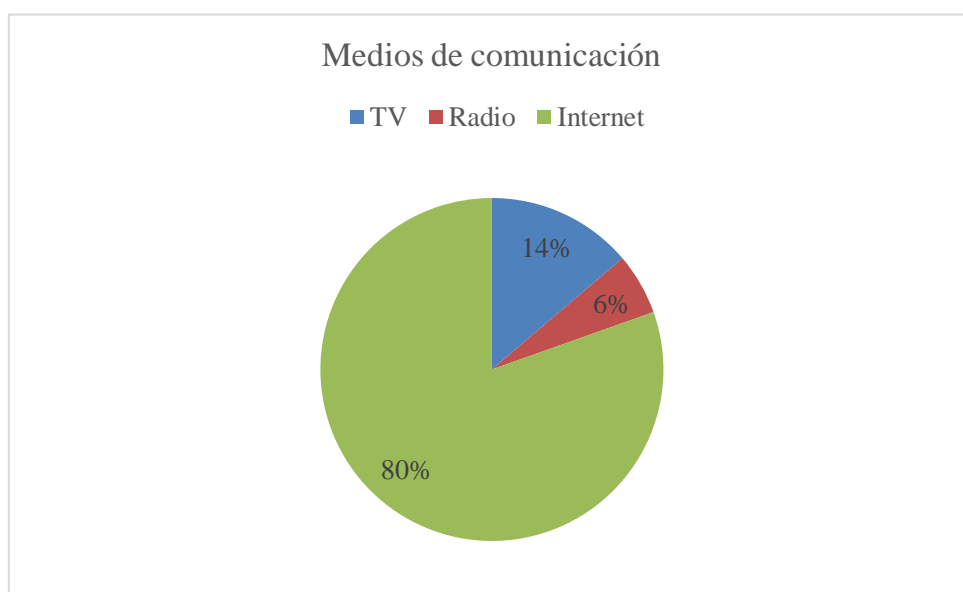


Gráfico 10-3: Información mediante medios de comunicación

Realizado por: Chela, Diana, 2018

Análisis interpretativo y descriptivo: del grupo de encuestados el 80% supo decir que les gustaría recibir información del local por medio del internet debido a que es una herramienta que hoy en día está a disponibilidad de todos y así poder llegar a personas de todo el mundo. Sin embargo, no se descarta la posibilidad de realizar publicidad por TV y radio, que son otros de los medios masivos de comunicación para aquellas personas que por diferentes motivos no tienen acceso al internet.

11. ¿Le gustaría y acudiría usted a un local de comida que ofrezca crepés a base de harinas saborizadas en la ciudad de Santo Domingo?

Tabla 13-3: Aceptabilidad del producto

Indicador	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Sí	121	88%
No	17	12%
Total	138	100%

Fuente: Investigación de campo.

Realizado por: Chela, Diana, 2018

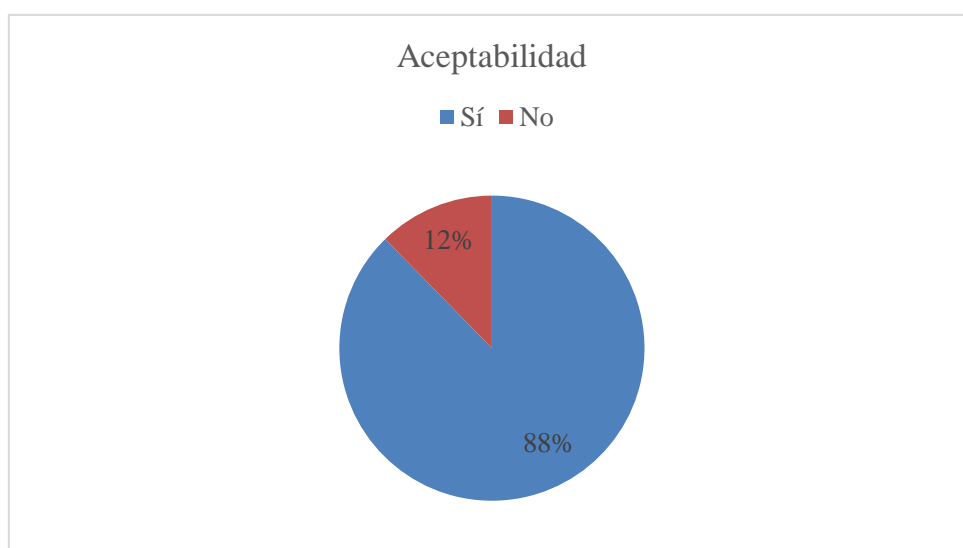


Gráfico 11-3: Aceptabilidad del producto

Realizado por: Chela, Diana, 2018

Análisis interpretativo y descriptivo: del 100% de la población encuestada, el 88% declaró que sí les gustaría y acudirían a un establecimiento de crepés hechos a base de harinas saborizadas, puesto que ayudaría a incrementar la economía y la variedad gastronómica de la ciudad de Santo Domingo; mientras que el 12% restante expresó que no, porque los productos a ofertar los toman como referencia a productos de repostería, y recalcan que hay que evitar el consumo de los mismos por cuidado de salud.

CAPÍTULO IV

4 DESARROLLO DE LA PROPUESTA

4.1 Identificación de la idea

Un emprendedor es quien aborda la aventura de un negocio, lo organiza, busca capital para financiarlo y asume toda o la mayor acción de riesgo. Como se observará hay una tendencia a confundir los términos emprendedor y empresario. En realidad los emprendedores son personas que comienzan a realizar sus proyectos, creando trabajo para sí y para otros y, una vez que se consolidan deberían ser considerados empresarios (Poncio, 2010, pág. 22).

Se puede afirmar que el emprendedor es una persona que disfruta emprendiendo, mientras que el empresario disfruta generando crecimiento, para lo cual es una condición básica saber gestionar. En el caso del emprendedor es recomendable que sepa gestionar, pero no todo emprendedor es un buen gestor del crecimiento, o porque no sabe hacerlo o porque no le gusta. Por ello es que muchos emprendedores exitosos, a los cuales no le gusta gestionar en algún momento deciden retirarse y dejar a otra persona al frente de la empresa (Poncio, 2010, pág. 22).

Muchos emprendedores desarrollan una empresa, producen y luego se preguntan a quién y cómo venderle. Pero definitivamente no es vender lo que queremos vender, sino lo que nos quieran comprar. En consecuencia, primero es necesario preguntarse qué, cómo y cuándo requiere el mercado de algún producto o servicio (Schnarch K. A., 2009, pág. 4).

4.1.1 *Lluvia de ideas*

La persona que va a emprender siempre se preguntará cuáles son las necesidades que va a satisfacer, por ende, comienza a generar un sin número de opciones, a esta técnica se la denomina

lluvia de ideas, esta técnica permite evaluar qué idea sobresale de las demás convirtiéndose en la más factible. De esta manera hará que el nuevo negocio, servicio o producto represente una significativa oportunidad.

Tabla 1-4: Lluvia de ideas

Ideas	Características	Necesidad
<p>Proyecto de factibilidad para la creación de una crepería, utilizando harinas saborizadas, en la ciudad de Santo Domingo, provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, 2018.</p>	<p>El ambiente de la crepería será rústico el cual transmitirá elegancia y, sobre todo, tradición para que los clientes puedan sentir que están en su casa de campo y recuerden sus momentos más familiares. El estilo se caracteriza principalmente por la utilización de mobiliario de madera con decoraciones silvestres (plantas y flores).</p> <p>El personal a cargo del servicio, estará altamente calificado, gente joven entre 20 y 30 años de buena presencia y excelente trato con la única finalidad de cumplir y satisfacer las expectativas de todos los clientes. Para la comodidad de los mismos, se ofrecerá el servicio a domicilio, ya que es otra forma de satisfacer una de las necesidades de los comensales.</p> <p>En oferta de productos, el establecimiento ofrecerá crepés de sal y de dulce, destacando el amplio surtido de ingredientes en frutas, vegetales y carnes de calidad.</p> <p>Para la base de los crepés, se utilizará harinas saborizadas como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Trigo • Maíz • Plátano • Coco • Almendras • Avena <p>También se utilizará colorantes vegetales para dar un aspecto más llamativo al producto.</p> <p>La toppings varía según los productos de la zona y los de temporada de la ciudad de Santo Domingo. Para acompañar los crepés se ofrecerá bebidas frías y calientes como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cafés • Milkshakes 	<p>Alimentación e innovación debido a que en la ciudad de Santo Domingo no hay establecimientos que ofrezcan este tipo de productos</p>
<p>Proyecto de factibilidad para la creación de una cafetería, en la ciudad de Santo Domingo, provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, 2018.</p>	<p>El local ofertará una extensa gama de cafés y bocaditos de repostería fina con estilo, cumpliendo con los altos estándares de calidad de los clientes. Además, el café utilizado será netamente el producido por la localidad, dando el plus adicional de rescatar productos de la zona.</p> <p>El estilo del local será netamente cultural enfocándose en la cultura Tsáchila, además el local también contará con un área de lectura y zona wifi en donde los clientes y estudiantes podrán relajarse.</p> <p>Para llamar la atención de los mismos, contaremos con personal especializado en barismo, los cuales brindarán un show en donde plasmaran diferentes figuras en el café que el comensal podrá disfrutar.</p>	<p>Alimentación – rescate de productos locales</p>

<p>Proyecto de factibilidad para la creación de un Grill – Bar, en la ciudad de Santo Domingo, provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, 2018.</p>	<p>El negocio ofertará asados con carne rojas (res y cerdo), carnes blancas (pollo y conejo) y mariscos (camarones, langostinos y conchas) con cortes de calidad y productos de la zona como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verde • Yuca <p>Se pretende rescatar la cultura gastronómica de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, dándolo a conocer mediante las preparaciones usando las diferentes especies utilizadas en la comunidad Tsáchila Chigüilpe como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ajo de monte • Chiliangua • Albahaca de monte • Culantro de poso • Hierba plata <p>En cuanto a la zona de bar se refiere, podrán degustarse con bebidas frías y calientes.</p>	<p>Alimentación – rescate de la gastronomía cultural</p>
---	---	--

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Chela, Diana, 2018

4.1.1.1 Selección de la idea

Tabla 2-4: Selección de la idea inicial

Criterios ideas	Mercado potencial	Nivel de innovación	Cumplimiento técnico	Requerimiento de capital	Tendencia nacional	Total
Proyecto de factibilidad para la creación de una crepería, utilizando harinas saborizadas, en la ciudad de Santo Domingo, provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, 2018.	5	5	5	4	4	23
Proyecto de factibilidad para la creación de una cafetería, en la ciudad de Santo Domingo, provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, 2018.	4	3	5	3	3	18
Proyecto de factibilidad para la creación de un Grill – Bar, en la ciudad de Santo Domingo, provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, 2018.	3	4	5	5	4	21

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Chela, Diana, 2018

Se evaluó de 1 a 5, en donde 5 es la calificación más alta y 1 la más baja.

4.1.1.2 Evaluación final de las ideas

Tabla 3-4: Evaluación final de la idea

Crterios	Disponibilidad de materia prima	Barreras de entrada	Costo de producto	Total
Proyecto de factibilidad para la creación de una crepería, utilizando harinas saborizadas, en la ciudad de Santo Domingo, provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, 2018.	3	2	2	7
Proyecto de factibilidad para la creación de una cafetería en la ciudad de Santo Domingo, provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, 2018.	4	2	3	9
Proyecto de factibilidad para la creación de un Grill – Bar en la ciudad de Santo Domingo, provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, 2018.	3	4	5	12

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Chela, Diana, 2018

Se evaluó de 1 a 5, en donde 1 es la calificación más alta y 5 la más baja.

Al haber realizado del análisis final de las ideas con su respectiva valoración, se pudo concluir que la idea de la “Creación de una crepería utilizando harinas saborizadas en la ciudad de Santo Domingo, provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, año 2018” es la más factible, ya que hay una gran oportunidad en el mercado.

4.1.1.3 Descripción de la idea seleccionada

Los establecimientos de alimentos y bebidas en la actualidad son negocios muy rentables, pero no todos cumplen con los estándares de calidad. La crepería propuesta se enfoca en la elaboración de crepés hechos con harinas saborizadas, dando a conocer otras preparaciones y sabores fuera de lo común a todos sus clientes, saliendo así de la rutina de consumir los tradicionales crepés.

Con el fin de sobresalir entre todas las empresas de alimentos y bebidas ubicados en la ciudad de Santo Domingo, la crepería renovará su carta una vez al año, puesto que de esta forma los comensales tendrán nuevas expectativas y experiencias. También habrá una variedad de toppings, los cuales permitirán a los clientes realizar sus propias creaciones.

4.1.2 Justificación

Brindar un servicio de alimentación hoy en día es un negocio muy lucrativo, es común encontrar restaurantes que ofrezcan los mismos platos a la carta, almuerzos y comida típica.

Se ha podido observar que, en la ciudad de Santo Domingo de los Colorados, el crecimiento del sector de restaurantes se ha ido incrementando notablemente pero no cuenta con la presencia de un local especializado en crepés, siendo una alternativa diferente dentro de este grupo. De aquí nace la idea de la implementación del negocio el cual ofrecerá a la población un alimento nutritivo, rápido, saludable, económico e innovador desconocido para el mercado; dándoles la oportunidad de probar un producto hecho a su gusto, pero guiados de la mano de una persona experta en cocina.

4.1.3 Nombre del emprendimiento

Tabla 4-4: Nombre del emprendimiento

Atributos o ideas	Descriptivo	Original	Significativo	Agradable	Claro	Fácil de recordar	Total
Santo Crepé	5	5	5	5	5	5	30
La casa del Crep	5	3	5	3	5	5	26
Mister Crepé	4	3	4	4	4	5	24

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Chela, Diana, 2018

Se evaluó de 1 a 5, en donde 5 es la calificación más alta y 1 la más baja.

El negocio tomará el nombre de “Santo Crepé” haciendo alusión a la ciudad en donde se va a implementarlo. Fácil de recordar y descriptivo al momento de mencionarlo, puesto que nombra el producto estrella “Crepé” y lo califica como algo sublime “Santo”.

4.1.4 Descripción del emprendimiento

El emprendimiento a desarrollarse consiste en la creación de una nueva crepería la cual brinde nuevos sabores y un buen servicio a todos los consumidores de este tipo de productos, el proyecto consta de la implementación de una crepería la cual ofrecerá crepés hechos a base de harinas saborizadas, ampliando la oferta gastronómica en el mercado de la ciudad de Santo Domingo. El local contará con un ambiente de tipo rústico el cual hará sentir a los comensales cómodos y relajados.

La idea surge para satisfacer las necesidades de los pobladores ya que no encuentran una variedad de productos de calidad en esta línea, el cual represente el dinero invertido en la necesidad de alimentación. El establecimiento cumple con tres necesidades en conjunto.

- **Industrial:** porque se utilizará maquinaria de punta en la elaboración de los productos a elaborar, transformando la materia prima en platos exquisitos idóneos para el consumo de cualquier paladar, utilizando métodos y técnicas culinarias que aseguren la inocuidad y calidad de los alimentos.
- **Servicio:** ya que cumple con la satisfacción de cubrir una de las necesidades básicas del ser humano que es la alimentación.
- **Comercial:** puesto que generará rentabilidad desde el primer momento, debido a que se comercializarán rápidamente los nuevos productos gracias a la excelencia e innovación de las diferentes ofertas a implementarse a cambio de una retribución monetaria.

4.1.4.1 Misión

Santo Crepé brindará a los clientes un servicio distinguido en un ambiente rústico con un estilo innovador, utilizando harinas saborizadas y materia prima de la localidad; el cual hará que su visita se convierta en una experiencia inolvidable.

4.1.4.2 Visión

Ser reconocidos dentro de 2 años como la mejor y más exclusiva crepería de la ciudad, convirtiéndonos así en la primera opción de nuestros clientes, con calidad y calidez en todos nuestros productos con un excelente servicio.

4.1.4.3 Políticas y estrategias

Tabla 5-4: Políticas y estrategias

Políticas	Estrategias
Personal Capacitado	Organizar las actividades de acuerdo a cada cargo y función del personal por medio del manual de funciones.
	Dos veces al mes, el personal recibirá charlas motivacionales y de capacitación (otorgadas por la empresa) tanto de servicio al cliente como de seguridad e higiene alimentaria.
	Si el empleado requiere una capacitación más profunda de acuerdo a sus funciones, se le otorgará el debido permiso.
Más que empleados, familia	Los días decretados feriado se procederá a realizar un sorteo para que alguno de ellos no trabaje.
	Cada 6 meses habrá un día recreacional con ellos, realizando actividades deportivas y extremas con el fin compartir gratos momentos.
	Los empleados tendrán el día libre para su cumpleaños adicional a esto podrán celebrarlo con su familia y amigos en nuestro local totalmente gratis.
Atención al cliente	Los empleados contarán con una excelente imagen, para lo cual se les brindará uniformes cómodos y de calidad.
	El local contará con un buzón de sugerencias, en donde el cliente podrá emitir su agrado, desagrado o recomendaciones sobre el producto y servicio prestado.
	Para la comodidad de los clientes, se contará con servicio a domicilio, el cual un conductor sumamente responsable cumplirá con la función de repartidor, llegando así a fidelizar clientes.

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Chela, Diana, 2018

4.1.4.4 Valores y principios

Tabla 6-4: Valores y principios

Valores	Principios
<ul style="list-style-type: none">• Compromiso	<ul style="list-style-type: none">• Familia
<ul style="list-style-type: none">• Respeto	<ul style="list-style-type: none">• Igualdad
<ul style="list-style-type: none">• Excelencia	<ul style="list-style-type: none">• Amor
<ul style="list-style-type: none">• Puntualidad	
<ul style="list-style-type: none">• Solidaridad	

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Chela, Diana, 2018

4.1.4.5 Distingos y ventajas competitivas

Ventajas competitivas:

- El día de la apertura del negocio se dará un cupón para cualquier producto totalmente gratis, este contará con una fecha específica en la cual podrán acudir a reclamar el producto de su preferencia, siempre y cuando los clientes lleven a 2 acompañantes más.
- Para poder darnos a conocer a nuestros clientes, mediante redes sociales, se ofertará una vez al mes un cupón electrónico de descuento por compartir alguna de nuestras publicaciones o a su vez una foto junto a algún producto nuestro y que esta tenga 70 likes.
- Habrán promociones para los cumpleaños y días festivos, además los días jueves habrá la promoción de 2x1 en cualquiera de nuestros productos, con el fin de enganchar clientes nuevos.

Distingos competitivos:

- El local contará con un ambiente rústico el cual transmitirá elegancia y, sobre todo, tradición para que los clientes puedan sentir que están en su casa de campo y recuerden sus momentos más familiares. El estilo se caracteriza principalmente por la utilización de mobiliario de madera con decoraciones silvestres (plantas y flores).

- El cliente tiene la razón, será uno de nuestros lemas. Puesto que el mismo tendrá un espacio en donde podrá innovar a sus gustos el producto que consumirá.
- Es importante estar siempre conectado, es por esta razón que el local contará con zona Wifi para la comodidad y publicidad indirecta de los clientes al consumir cualquiera de nuestros productos.

4.1.4.6 Análisis FODA

Tabla 7-4: Estudio FODA

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Hacer partícipe al cliente de la preparación del crepé, haciendo valorar de esta manera sus gustos. • Santo Crepé, ofrecerá un alimento nutritivo, rápido, saludable, económico e innovador a sus clientes; cuidando siempre de su salud. 	<ul style="list-style-type: none"> • El lugar de ubicación es sumamente comercial, rodeado de unidades educativas, supermercados, entidades públicas y financieras. • Disponibilidad de materia prima para todo el año.
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Inexperiencia: al iniciar siendo un local nuevo no se cuenta con la debida experiencia en el ámbito de administración ni en el manejo de insumos y proveedores. • Al no poseer un local propio, se procederá a arrendar, lo cual se nos dificultará un poco al inicio del negocio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia, apertura de nuevos locales o franquicias reconocidas que oferten el mismo producto. • Vendedores informales ofreciendo otra variedad de productos a precios muy bajos.

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Chela, Diana, 2018

4.2 Estudio de Mercado

El estudio de mercado es una de las herramientas primordiales para poder conocer la competencia, consumidores y el mercado. En donde se podrá realizar un análisis para la toma de decisiones partiendo con el objetivo de cumplir todas las necesidades de los futuros clientes.

La tasa del crecimiento poblacional de Santo Domingo está definida del año 2018 al 2023.

Tabla 8-4: Crecimiento poblacional

Crecimiento poblacional de la ciudad de Santo Domingo de los Colorados				
N°	Año	Población	Crecimiento geométrico	Crecimiento poblacional
1	2010	270875	$(1+0,0568)^0$	270875
2	2011	270875	$(1+0,0568)^1$	286261
3	2012	270875	$(1+0,0568)^2$	302520
4	2013	270875	$(1+0,0568)^3$	319703
5	2014	270875	$(1+0,0568)^4$	337863
6	2015	270875	$(1+0,0568)^5$	357053
7	2016	270875	$(1+0,0568)^6$	377334
8	2017	270875	$(1+0,0568)^7$	398766
9	2018	270875	$(1+0,0568)^8$	421416
10	2019	270875	$(1+0,0568)^9$	445353
11	2020	270875	$(1+0,0568)^{10}$	470649
12	2021	270875	$(1+0,0568)^{11}$	497382
13	2022	270875	$(1+0,0568)^{12}$	525633
14	2023	270875	$(1+0,0568)^{13}$	555489

Fuente: INEC

Realizado por: Chela, Diana, 2018



Gráfico 1-4: Tasa de crecimiento poblacional

Realizado por: Chela, Diana, 2018

Análisis interpretativo y descriptivo: en base a los resultados obtenidos, se puede ver claramente como la población de la ciudad de Santo Domingo de los Colorados se ha ido incrementando en base al índice de crecimiento poblacional establecido en un 5,68% según los datos del INEC. Por tal motivo resulta de gran beneficio para la implementación del proyecto a realizar, porque a medida que los pobladores aumentan, también aumenta la demanda del servicio.

4.2.1 Demanda

Permite un primer acercamiento al enfoque estratégico que se ha de adoptar para la gestión de un producto, de una línea de productos, de una división de la empresa o para toda la empresa (Publishing, 1990, pág. 2).

La cantidad demandada hace referencia al consumo nacional, el que está determinado por la producción nacional, las importaciones y las exportaciones. Una vez reconocida la función demanda del producto se necesita reunir tres tipos de información que permitan determinar la cantidad consumida, los gustos y las preferencias de los consumidores (Moreno, 2016, pág. 109).

Tabla 9-4: Proyección de la demanda

"Santo Crepé" demanda proyectada						
N°	Año	Población	Aceptabilidad	Población objetiva	Consumo	Demanda
0	2018	421416	88%	370846	64	284810013
1	2019	445353	88%	391910	64	300987222
2	2020	470649	88%	414171	64	318083296
3	2021	497382	88%	437696	64	336150427
4	2022	525633	88%	462557	64	355243771
5	2023	555489	88%	488830	64	375421617

Fuente: INEC

Realizado por: Chela, Diana, 2018

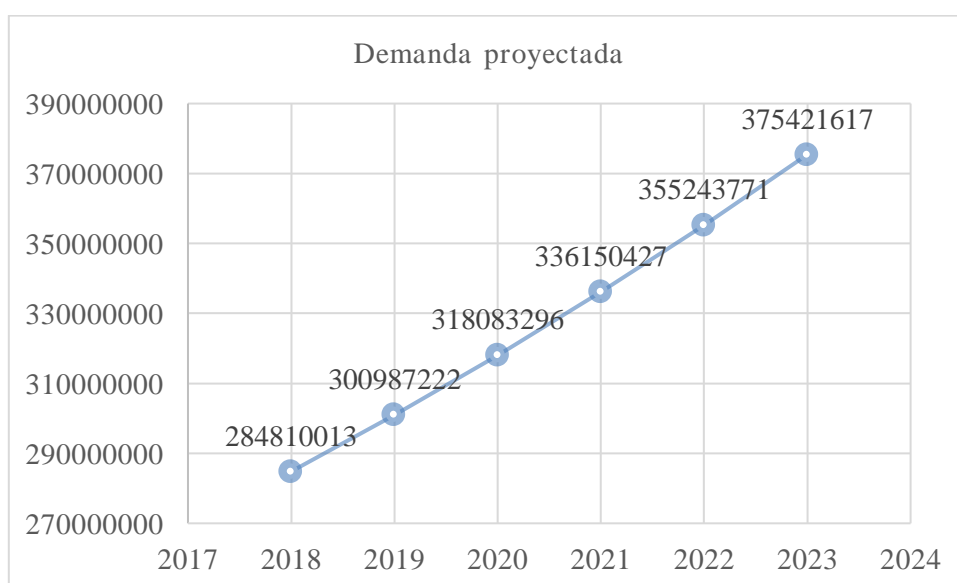


Gráfico 2-4: Proyección de la demanda

Realizado por: Chela, Diana, 2018

Análisis interpretativo y descriptivo: Para establecer la demanda, se aplicó la encuesta a 138 personas del sector urbano de la parroquia Santo Domingo, a partir del nivel de aceptabilidad que tendría la crepería en donde se identificó que el 88% de la población sí acudiría y consumiría los productos del establecimiento. Tal como muestran los resultados, se obtuvo que la proyección de la demanda aumenta notablemente.

4.2.2 Oferta

Oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado. El propósito que se persigue

mediante el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y condiciones en que una economía puede poner a disposición del mercado un bien o un servicio. La oferta, al igual que la demanda, es en función de una serie de factores, como lo son los precios en el mercado, los apoyos gubernamentales a la producción, etc. La investigación de campo de la oferta que se haga deberá tomar en cuenta todos los factores junto con el entorno económico en que se desarrollará el proyecto (López, 2014, pág. 105).

Tabla 10-4: Oferta

N°	Año	Consumo anual	Oferta local	Oferta proyectada
0	2018	284810013	8%	22784801
1	2019	300987222	8%	24078978
2	2020	318083296	8%	25446664
3	2021	336150427	8%	26892034
4	2022	355243771	8%	28419502
5	2023	375421617	8%	30033729

Fuente: INEC

Realizado por: Chela, Diana, 2018

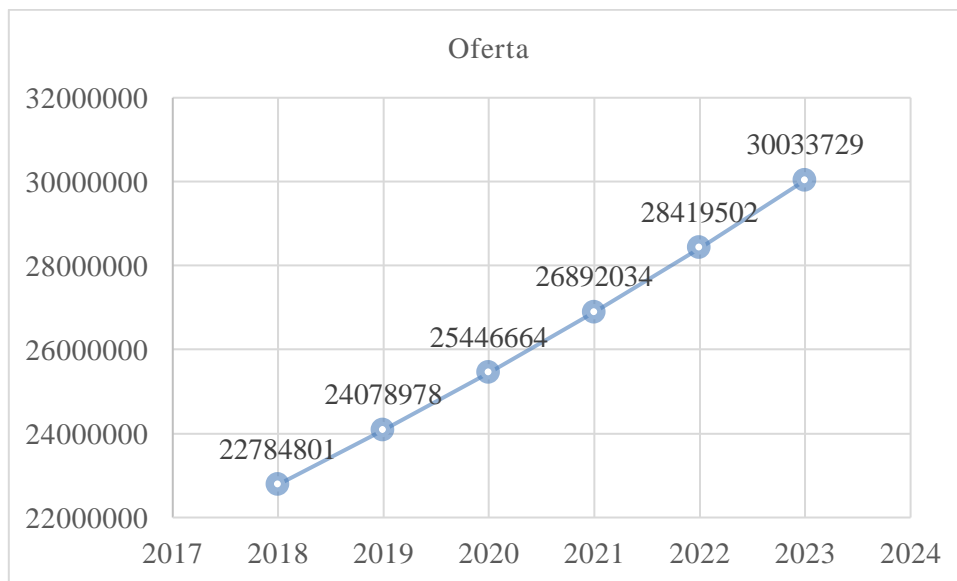


Gráfico 3-4: Oferta

Realizado por: Chela, Diana, 2018

Análisis interpretativo y descriptivo: se identificó que sólo el 8% de los entrevistados, sí se sienten conformes con los productos y servicios. Dando como resultado una mala oferta en el mercado, para ello hay que tomar en cuenta las falencias de la competencia, de esta manera se podrá satisfacer todas las necesidades de los consumidores.

4.2.3 Demanda insatisfecha

Tabla 11-4: Demanda insatisfecha

Cálculo de la demanda insatisfecha				
Crepería "Santo Crepé"				
N°	Año	Demanda	Oferta	Demanda insatisfecha
0	2018	284810013	22784801	262025212
1	2019	300987222	24078978	276908244
2	2020	318083296	25446664	292636632
3	2021	336150427	26892034	309258393
4	2022	355243771	28419502	326824269
5	2023	375421617	30033729	345387888

Fuente: INEC

Realizado por: Chela, Diana, 2018

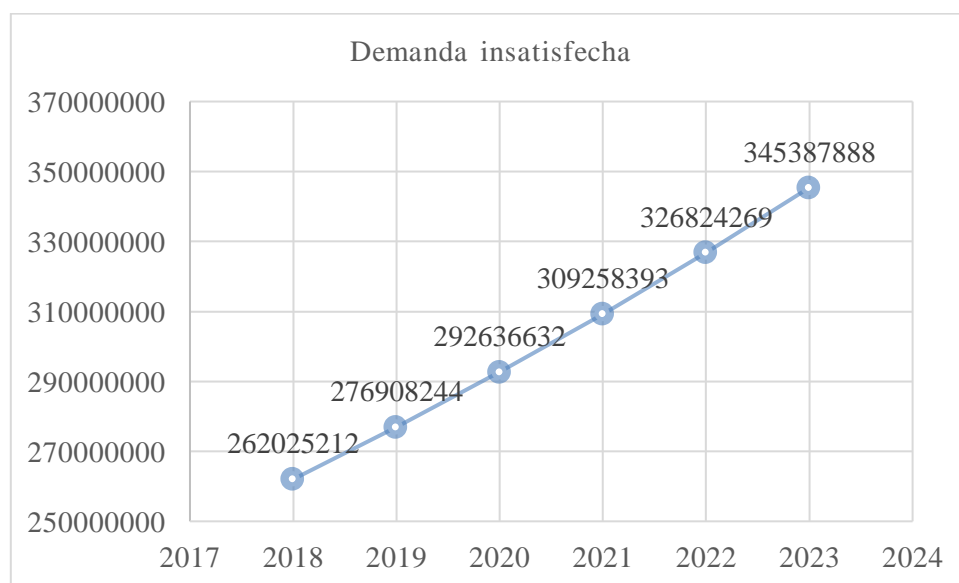


Gráfico 4-4: Demanda insatisfecha

Realizado por: Chela, Diana, 2018

Análisis interpretativo y descriptivo: para poder obtener un resultado real, se tomó en cuenta que el 92% de los encuestados no están satisfechos con los servicios y productos ofrecidos por establecimientos similares a la propuesta planteada, por tal motivo esta información ayuda notablemente a la puesta en marcha del proyecto.

4.2.4 *Mix de mercado*

En este punto se examina las cuatro variables que posee una empresa de una forma más concluyente, más conocidas como las 4P; precio, producto, plaza y promoción.

4.2.4.1 *Producto*

La crepería “Santo Crepé”, hace alusión a la ciudad en donde se va a implementar el negocio, también es fácil de recordar y descriptivo al momento de mencionarlo, puesto que nombra el producto estrella “Crepé” y lo califica como algo sublime “Santo”. Este local ofertará crepés de dulce y de sal; utilizando harinas saborizadas y materia prima de la zona. Se modificará la carta una vez al año con el fin de brindar nuevas experiencias y expectativas a los clientes.

Logotipo



Gráfico 5-4: Logotipo del establecimiento

Realizado por: Chela, Diana, 2018

Eslogan

“Sabores que encantan”

Colores de la empresa:

Los colores fueron elegidos en base a la cultura pionera de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, con el fin de rescatar y enaltecer la etnia Tsáchila.

- **Rojo:** color distintivo de los Tsáchilas debido al achiote usado por los hombres, producto representativo de esta etnia. Este color al ser el más intenso de la paleta de colores primarios genera un mayor impacto visual porque desde niños, este es el primero color en ser reconocido. Cabe recalcar que en el ámbito de la gastronomía este estimula el apetito.
- **Amarillo y verde:** estos tonos fueron tomados de la falda que usan las mujeres Tsáchilas denominada “*Tunán*”, el color amarillo representa al sol y el verde a la naturaleza. Se los relacionan con la frescura que tendrá toda la materia prima adquirida para la elaboración de los productos del establecimiento.
- **Blanco:** color representante de la corona de algodón que usan los hombres Tsáchilas, el cual implementado en el establecimiento se lo traduce como inocuidad ante todos los procesos de la transformación de la materia prima.

Tarjeta de presentación



Gráfico 6-4: Tarjeta de presentación

Realizado por: Chela, Diana, 2018

4.2.4.2 *Precio*

Se pudo determinar después de aplicar las encuestas a los habitantes de la ciudad de Santo Domingo, se les preguntó un rango de cuanto gastan en un establecimiento de alimentos y bebidas tipo fast food, además de esto se procedió a tomar en cuenta los datos del INEC, en cuanto a los ingresos que perciben los ciudadanos

4.2.4.3 *Plaza*

Se obtendrá la materia prima de una forma directa, así se podrá garantizar la calidad e inocuidad del producto final, de ser posible evitar intermediarios en la adquisición de la materia prima. Así mismo, la persona encargada de la producción será personal sumamente calificado, asegurando que los alimentos ofertados cumplan con todas las normas, estándares y expectativas del cliente.

4.2.4.4 *Promoción*

- El día de la apertura del negocio se dará un cupón para cualquier producto totalmente gratis, este contará con una fecha específica en la cual podrán acudir a reclamar el producto de su preferencia, siempre y cuando los clientes lleven a 2 acompañantes más.
- Para poder darnos a conocer a nuestros clientes, mediante redes sociales, se ofertará una vez al mes un cupón electrónico de descuento por compartir alguna de nuestras publicaciones o a su vez una foto junto a algún producto nuestro y que esta tenga 70 likes.
- Habrán promociones para los cumpleaños y días festivos, además los días jueves habrá la promoción de 2x1 en cualquiera de nuestros productos, con el fin de enganchar clientes nuevos.

4.2.5 Análisis del sector

El local estará ubicado en ciudad de Santo Domingo, en la avenida Quito, frente a Supermaxi. Se eligió este lugar porque posee un fácil acceso, también porque es una zona sumamente transitada y comercial rodeada de instituciones públicas y privadas.

De igual manera se analizó la competencia indirecta, los cuales ofrecen el servicio de alimentación; siendo estos:

- Restaurante Atalante (restaurante gourmet)
- Che Gelato (heladería)
- Miel y Canela (panadería)
- Azafrán (restaurante)
- Nice cream (heladería)

4.2.6 Cargos y funciones del área comercial

Tabla 12-4: Cargos y funciones

Cargo	Funciones
Mesero / Cajero	El mesero se encargará del servicio al cliente, tomará su pedido, servirá los platillos y realizará la limpieza de la parte comercial del establecimiento. También será el encargado de cobrar el valor respectivo de las órdenes de consumo.

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Chela, Diana, 2018

4.2.7 Determinación de inversiones y gastos del área comercial

Tabla 13-4: Inversiones del área comercial o ventas

Rubro	Cantidad	Costo unitario	Total
Televisión plasma 32 pulgadas	1	\$ 576,00	\$ 576,00
Parlantes genius gaming sw-g5.1 3500 80w	1	\$ 104,99	\$ 104,99
Sub total equipo del área comercial			\$ 860,99
TOTAL			\$ 680,99

Fuente: Estudio financiero

Realizado por: Chela, Diana, 2018

Tabla 14-4: Costos en el área comercial

Bien	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Muebles y enseres ventas			
Juego de mesa de madera 4 sillas	4	\$ 130,00	\$ 520,00
Barra de madera pequeña	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Estantería metálica 4 separadores	1	\$ 75,00	\$ 75,00
TOTAL		\$ 405,00	\$ 795,00

Fuente: Estudio financiero

Realizado por: Chela, Diana, 2018

Gasto promoción		
Tipo	Cantidad	C. Anual
Carta menú	10	\$ 40,00
Tarjeta de presentación	1000	\$ 45,00
Tríptico	5	\$ 9,00
Rótulo con caja de luz 3x1	1	\$ 300,00
Publicidad internet	1	\$ 0,00
TOTAL		\$ 394,00

Tabla 15-4: Publicidad

Fuente: Estudio financiero

Realizado por: Chela, Diana, 2018

4.3 Estudio Técnico

4.3.1 Determinación del tamaño

Ecuación 2-4: Fórmula para la determinación del tamaño

$$CI = CR + CO$$

CR= Capacidad real.

CO= Capacidad ociosa.

CI= Capacidad instalada.

$$CI = 20 + 10$$

$$CI = 30 \text{ pax}$$

Análisis: al aplicar esta fórmula, se determinó la capacidad del establecimiento que es para 20 pax, de igual manera se observó que cuenta con una capacidad ociosa de 10 pax, por consecuencia la capacidad total de la crepería es de 30 pax.

4.3.2 Capacidad del emprendimiento

Tabla 16-4: Capacidad del emprendimiento

Tipo de receta estándar	Cantidad diaria	Cantidad semanal	Cantidad mensual
Crepé campestre	3	18	72
Crepé mar y tierra	4	24	96
Vegano crepé	3	18	72
Crepé a la bechamel	2	12	48
Cheese crepé	4	24	96
Crepé BBQ	4	24	96
Choco crepé	3	18	72
Crepé de la casa	6	36	144
Crepé de frutos rojos	3	18	72
Crepé de manzana caramelizada	3	18	72
Crepé piña coco	2	12	48
Crispy crepé	6	36	144
Café espresso	2	12	48
Café mocaccino	3	18	72
Café capuccino	3	18	72
Café americano	6	36	144
Milkshake de mora	5	30	120
Milkshake de frutilla	4	24	96
Milkshake de guineo	2	12	48
TOTAL	68	408	1.632

Fuente: Estudio financiero

Realizado por: Chela, Diana, 2018

4.3.3 Localización

Tabla 17-4: Localización del emprendimiento

Parámetros	Alluriquín	Santo Domingo	Valle Hermoso
Servicios básicos	7	10	10
Carreteras	7	9	8
Disponibilidad de materia prima	4	10	8
Mano de obra calificada	2	10	8
Mano de obra no calificada	8	8	2
Clientes	5	10	8
Proveedores	4	10	10
TOTAL	37	67	54

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Chela, Diana, 2018

Se evaluó con un puntaje del 1-10 siendo 1 el más bajo y 10 el más alto, de los lugares calificados, la mejor opción en donde se debería ubicar el emprendimiento, es en la parroquia de Santo Domingo, en la Av. Quito frente al supermercado Supermaxi.

Macro localización

Tabla 18-4: Macro localización del emprendimiento

Macro localización		
Ecuador	Santo Domingo de los Tsáchilas	Santo Domingo
		

Fuente: Google maps

Realizado por: Chela, Diana, 2018

Tabla 19-4: Micro localización del emprendimiento

Micro localización	
<p>Santo Domingo</p> 	<p>Av. Quito frente al Supermaxi</p> 

Fuente: Google maps

Realizado por: Chela, Diana, 2018

4.3.4 Proceso de producción

Crepería


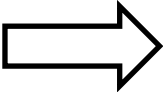

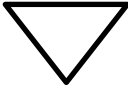


“Santo Crepé”

1. **Requisición de materia prima:** se procederá a realizar un formato de inventario, en el cual constará el registro de los ingredientes faltantes para su debida compra inmediata.
2. **Adquisición de materia prima:** se buscará a proveedores los cuales ofrezcan materia prima de excelente calidad y a su vez que tengan el servicio de entrega a domicilio.
3. **Recepción y control de materia prima:** la persona encargada, deberá constatar que absolutamente todos los productos que ingresen al área de producción cumplan con las normas de calidad, de esta manera se garantizará la calidad del producto final para el comensal.
4. **Limpieza y desinfección de materia prima:** todo se manejará bajo los estándares de las BPM, normativas de las cuales aseguran la inocuidad de los alimentos.
5. **Mise en place:** proceso de pre-elaboración en donde se alistan todos los ingredientes que posteriormente se utilizarán para la elaboración de un alimento, se procurará evitar la manipulación constante con la materia prima.
6. **Porcionamiento de materia prima:** se utilizará técnicas culinarias básicas en este caso, los cortes para racionar las frutas, carnes, vegetales, etc. Además de colocar los alimentos en recipientes idóneas según las características que este exija.

7. **Producción:** el punto esencial de todos los procesos, es el de producción. Aquí se aplica todas las reglas y estándares que debe llevar a que la materia prima se logre transformar en un producto final sumamente elaborado, digno de satisfacer cualquier paladar.
8. **Montaje de los platos:** uno de los pasos finales, en donde el cliente podrá observar e imaginarse los sabores que tendrá el gusto de disfrutar, estimulando todos sus sentidos.
9. **Servicio:** el buen trato al comensal, nunca está de más, es otro de los factores más importantes. Se debe procurar hacer sentir a los clientes como en casa.

4.3.4.1 Diagrama de flujo

Tabla 20-4: Simbología típica para diagramas de flujos de proyectos de producción

Símbolo	Significado
	Operación
	Transporte
	Demora
	Almacenamiento
	Inspección
	Operación combinada (acción e inspección)

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Chela, Diana, 2018

Flujograma de procesos de producción

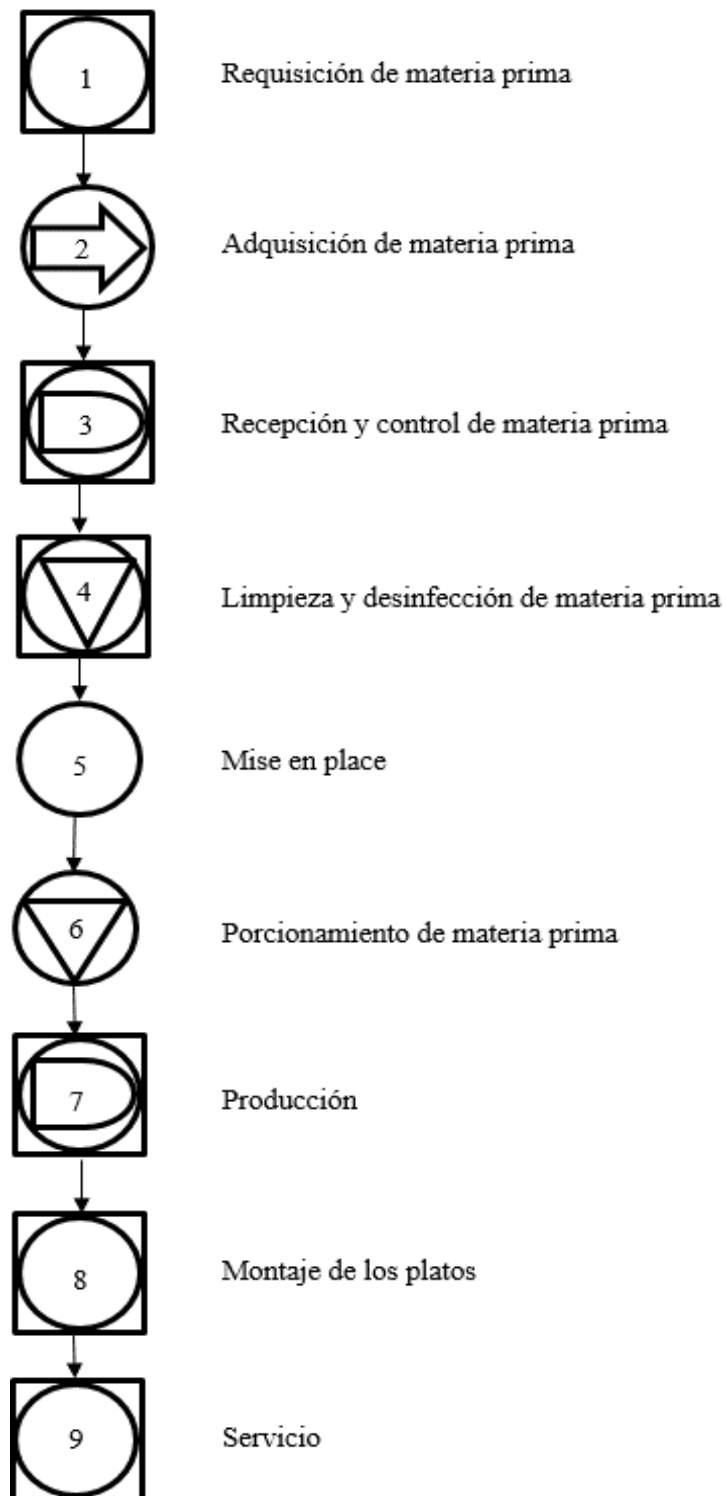


Gráfico 7-4: Flujograma de procesos

Realizado por: Chela, Diana, 2018

4.3.4.2 Recetas estándar

Tabla 21-4: Formato receta estándar

 ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA 									
Nombre de la preparación: café capuccino				Aporte energético:	Fecha de elaboración:		# Pax: 1		
Tipo de menú	Bebida X	Entrada	Plato fuerte	Pastre	Meni completo	Otro:			
Conservación	Ambiente	X	Refrigeración		Congelación	Otro:			
CODIGO	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	TECNICA CULINARIA		COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	
					METODO DE COCCION	APLICACION			
001	café	35	g	molido	directa	bebida	\$ 4,00	\$ 0,31	
002	leche	150	ml	airada	directa	bebida	\$ 0,50	\$ 0,08	
CALCULOS		RESULTADOS		% Imprevisto		C. VARIABLE		\$ 0,39	
C.I.F 30% (PV)	0,56			7%		% VARIOS		\$ 0,03	
$\Sigma C.P = CxP + C.I.F$	0,78		$FC = I + D$		TOTAL		\$ 0,42		
$U1 = PV \Sigma CP$	0,42		$D = 10\%$		C. PAX		\$ 0,42		
$U2 = P.V.S - PV$	0,00		$CR = FC * CK$		35%		C.M.P O VENTA		
$U\text{nota} = U1 + U2$	0,42						P.V		\$ 1,20
							P.V.S		\$ 1,20

Fuente: Estudio financiero

Realizado por: Chela, Diana, 2018

Análisis: el formato de receta estándar empleado es el mismo que se utiliza en la escuela de gastronomía de la ESPOCH, la cual ayuda a determinar de una forma adecuada y exacta los productos y las cantidades a usar para cada preparación y así también los costos necesarios para la adquisición de la materia prima.

4.3.5 *Requerimiento de Talento Humano*

Tabla 22-4: Ficha profesiográfica para el chef

Título del cargo: Chef		
Sección: Cocina	Fecha: 03/11/2018	Código del cargo:
Resumen del cargo: Persona encargada de la elaboración de los alimentos, utilizando las técnicas culinarias idóneas.		
Equipo de trabajo: Equipo y utensilios de cocina.		
Requisitos: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Título de Gastronomía. ➤ Buena presencia. ➤ Habilidades de nivel gastronómico las cuales le permitirá desempeñarse de una manera adecuada en todas sus funciones. ➤ Conocimientos de las BPM. ➤ Dominio básico de computación. ➤ Mínimo 1 año de experiencia en el cargo. ➤ Dominio intermedio de inglés. ➤ Rango de edad de los 25 a 35 años. 		
Características		
Psicológicas:	Psicofisiológicas:	
Aptitud verbal y social.	Destreza manual.	
Racionamiento.		
Memoria visual, auditiva.		
Funciones: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Preparará los alimentos ofrecidos en la carta. ➤ Controlará, porcionará y almacenará la materia prima. ➤ Limpiará y desinfectará el área de cocina. ➤ Realizará el inventario de materia prima ➤ Controlará la compra y recepción de materia prima. 		
Valores: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Responsable ➤ Puntual ➤ Confiable 		

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Chela, Diana, 2018

Tabla 23-4: Ficha profesiográfica para el mesero/cajero

Título del cargo: Mesero/cajero		
Sección: Servicio	Fecha: 03/11/2018	Código del cargo:
Resumen del cargo: Persona encargada de despachar y cobrar los pedidos de los comensales.		
Equipo de trabajo: Registro de pedidos, calculadora, limpiones, libreta, lapiceros.		
Requisitos: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Bachiller. ➤ Buena presencia. ➤ Conocimientos de las BPM. ➤ Mínimo 1 año de experiencia en el cargo. ➤ Dominio intermedio de computación. ➤ Dominio intermedio de inglés. ➤ Rango de edad de los 18 a 30 años. ➤ Cálculo mental rápido. 		
Características		
Psicológicas:	Psicofisiológicas:	
Aptitud verbal y social.	Destreza manual	
Rapidez de percepción.		
Memoria visual, auditiva.		
Funciones: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Ofrecerá y despachará los productos a los clientes. ➤ Realizará la apertura y cierre de caja diariamente con los debidos documentos como respaldo. ➤ Limpiará y desinfectará el área de servicio y caja. 		
Valores: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Responsable ➤ Puntual ➤ Honrado ➤ Carismático 		

Fuente: Investigación de campo.

Realizado por: Chela, Diana, 2018

4.3.6 Diseño de la planta

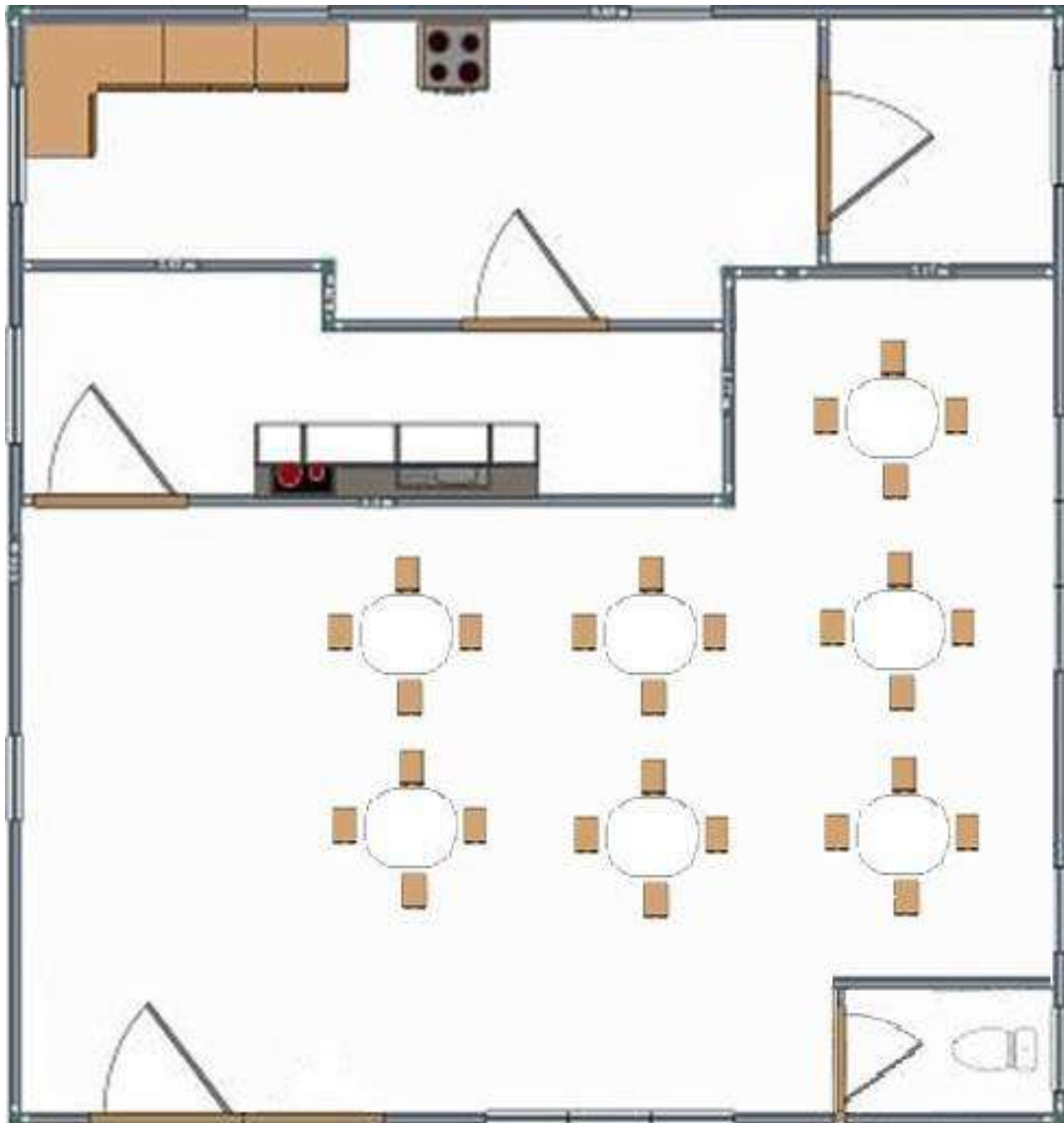


Gráfico 8-4: Diseño de la planta

Realizado por: Chela, Diana, 2018

Análisis: Santo Crepé tendrá una superficie aproximada de 5,5m x 7m, el mismo que estará distribuido en 3 áreas las cuales son: servicio; el cual dispondrá de baño y de caja en donde los clientes acudirán para poder cancelar sus pedidos; producción y bodega conjuntamente, lugares sumamente importantes ya que ahí se procederá a la preparación de los alimentos y a la conservación de la materia prima. Cuidando de esta forma los estándares de calidad e inocuidad característicos del establecimiento.

4.3.7 Estructura de costos de producción

A. Consumo de servicios básicos

Tabla 24-4: Servicios básicos

Servicios básicos						
Tipo	Cantidad	Valor	Unidad	Costo	Trimestral	Anual
Luz	150	\$ 0,13	kW/h	\$ 19,55	\$ 58,65	\$ 234,60
Internet	ilimitado	\$ 25,00	megas	\$ 25,00	\$ 75,00	\$ 300,00
Agua	10	\$ 0,49	m3	\$ 4,90	\$ 14,70	\$ 58,80
TOTAL				\$ 49,45	\$ 148,35	\$ 593,40
100% DEL COSTO		PRODUCCIÓN 50%		ADMINISTRACIÓN 25%		VENTAS 25%
\$ 593,40		\$ 296,70		\$ 148,35		\$ 148,35

Fuente: Estudio financiero

Realizado por: Chela, Diana, 2018

B. Combustible

Tabla 25-4: Combustible

Combustibles	Cantidad semanal	Cantidad mensual	Costo unitario	Costo mensual	Costo trimestral	Costo anual
Gas	1	4	\$ 3,00	\$ 12,00	\$ 36,00	\$ 144,00
TOTAL					\$ 36,00	\$ 144,00

Fuente: Estudio financiero

Realizado por: Chela, Diana, 2018

C. Mantenimiento

Tabla 26-4: Mantenimiento

Mantenimiento					
Equipos	Cantidad	Tiempo	Proveedor	Costo	Costo anual
Vitrina digital y congelador ecasa	1	1 año	Hornos Ochoa	\$ 35,00	\$ 35,00
Cocina 3 quemadores	1	1 año	Hornos Ochoa	\$ 10,00	\$ 10,00
Campana extractora challenger	1	1 año	Mabe	\$ 25,00	\$ 25,00
Oster licuadora 600w reversible 3 velocidades	2	1 año	Oster	\$ 10,00	\$ 20,00
Oster batidora manual 5 velocidades	1	1 año	Oster	\$ 5,00	\$ 5,00
Crepera francés 3 Placas	1	2 años	LG	\$ 15,00	\$ 15,00
TOTAL				\$ 100,00	\$ 200,00

Fuente: Estudio financiero

Realizado por: Chela, Diana, 2018

4.3.7.1 Materia prima

Tabla 27-4: Materia prima

Tipo de receta estándar	Cantidad diaria	Cantidad semanal	Cantidad mensual	Cantidad anual	Costo por pax	Costo total mensual	Costo total anual
Crepé campestre	3	18	72	864	\$ 1,18	\$ 84,88	\$ 1.018,54
Crepé mar y tierra	4	24	96	1.152	\$ 1,21	\$ 116,24	\$ 1.394,94
Vegano crepé	3	18	72	864	\$ 0,69	\$ 49,54	\$ 594,45
Crepé a la bechamel	2	12	48	576	\$ 0,87	\$ 41,69	\$ 500,23
Cheese crepé	4	24	96	1.152	\$ 0,95	\$ 91,55	\$ 1.098,59
Crepé BBQ	4	24	96	1.152	\$ 1,04	\$ 99,80	\$ 1.197,60
Choco crepé	3	18	72	864	\$ 1,04	\$ 74,84	\$ 898,07
Crepé de la casa	6	36	144	1.728	\$ 0,90	\$ 130,26	\$ 1.563,17
Crepé de frutos rojos	3	18	72	864	\$ 1,08	\$ 77,83	\$ 933,91
Crepé de manzana caramelizada	3	18	72	864	\$ 0,95	\$ 68,53	\$ 822,33
Crepé piña coco	2	12	48	576	\$ 1,12	\$ 53,91	\$ 646,94
Crispy crepé	6	36	144	1.728	\$ 0,78	\$ 112,33	\$ 1.347,96
Café espresso	2	12	48	576	\$ 0,18	\$ 8,47	\$ 101,69
Café mocaccino	3	18	72	864	\$ 0,62	\$ 44,74	\$ 536,90
Café capuccino	3	18	72	864	\$ 0,60	\$ 43,53	\$ 522,33
Café americano	6	36	144	1.728	\$ 0,51	\$ 74,15	\$ 889,81
Milkshake de mora	5	30	120	1.440	\$ 0,56	\$ 66,69	\$ 800,25
Milkshake de frutilla	4	24	96	1.152	\$ 0,48	\$ 46,34	\$ 556,03
Milkshake de guineo	2	12	48	576	\$ 0,50	\$ 24,08	\$ 289,01
TOTAL	68	408	1.632	19.584	\$ 15,28	\$ 1.309,40	\$ 15.712,75

Fuente: Estudio financiero

Realizado por: Chela, Diana, 2018

4.3.7.2 *Mano de obra indirecta*

Tabla 28-4: Producción

Producción				
Cargo	Sueldo mensual	Sueldo trimestral	Sueldo año	Beneficios sociales
				12,15 (11,15% APOORTE PATRONAL, 1% LEY DE DISCAPACIDAD)
Chef	\$ 400,00	\$ 1.200,00	\$ 4.800,00	\$ 583,20
TOTALES:	\$ 400,00	\$ 1.200,00	\$ 4.800,00	\$ 583,20

Fuente: Estudio financiero

Realizado por: Chela, Diana, 2018

Tabla 29-4: Sueldo de ventas

Ventas				
Cargo	Sueldo mensual	Sueldo trimestral	Sueldo año	Beneficios sociales
				12,15 (11,15% APOORTE PATRONAL, 1% LEY DE DISCAPACIDAD)
Mesero/Cajero	\$ 394,00	\$ 1.182,00	\$ 4.728,00	\$ 574,45
TOTALES:	\$ 394,00	\$ 1.182,00	\$ 4.728,00	\$ 574,45

Fuente: Estudio financiero

Realizado por: Chela, Diana, 2018

4.3.7.3 Costos indirectos de fabricación

Tabla 30-4: Costos indirectos de fabricación

Estructura de costo y gastos del proyecto					
Rubro	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1. Costos de producción					
Costos indirectos de fabricación					
Materiales indirectos	\$ 163,20	\$ 169,91	\$ 176,89	\$ 184,16	\$ 191,73
Gastos generales de fabricación					
Combustibles y lubricantes	\$ 144,00	\$ 149,92	\$ 156,08	\$ 162,49	\$ 169,17
Mantenimiento	\$ 200,00	\$ 208,22	\$ 216,78	\$ 225,69	\$ 234,96
Servicios básicos	\$ 296,70	\$ 308,89	\$ 321,59	\$ 334,81	\$ 348,57
Suministros y materiales	\$ 713,81	\$ 743,15	\$ 773,69	\$ 805,49	\$ 838,59
Amortización gasto de experimentación	\$ 5,58	\$ 5,58	\$ 5,58	\$ 5,58	\$ 5,58
Depreciación maquinaria y equipo	\$ 181,71	\$ 165,35	\$ 150,47	\$ 136,93	\$ 124,60
Depreciación muebles y enseres	\$ 27,86	\$ 25,35	\$ 23,07	\$ 20,99	\$ 19,10
Total Costos De Producción	\$ 22.437,54	\$ 23.408,66	\$ 24.388,88	\$ 25.407,74	\$ 26.466,97

Fuente: Estudio financiero

Realizado por: Chela, Diana, 2018

4.3.8 Determinación de activos fijos para producción

Tabla 31-4: Determinación de activos fijos

Activos fijos		
Maquinaria y equipo	\$ 1.317,97	\$ 2.018,95
Equipo de cómputo	\$ 130,00	\$ 130,00
Muebles y enseres	\$ 670,00	\$ 1.060,00
SUB-TOTAL ACTIVOS FIJOS		\$ 3.208,95

Fuente: Estudio financiero

Realizado por: Chela, Diana, 2018

4.3.9 Programa pre operativo

Tabla 32-4: Gastos de experimentación

Gasto experimentación					
Actividad	Responsable	Tiempo	M. p	Costo por tiempo	Costo total
Pruebas	Ayudante de cocina	1:00	9	\$ -	\$ 9,00
Muestras	Ayudante de cocina	1:00	3	\$ 2,43	\$ 5,43
Degustaciones	Cocinero	1:00	3	\$ 2,43	\$ 5,43
Control de calidad	Cocinero	1:00	0	\$ -	\$ -
TOTAL				\$ 4,86	\$ 19,86

Fuente: Estudio financiero

Realizado por: Chela, Diana, 2018

4.4 Estudio Administrativo, Legal y Ambiental

4.4.1 Organización

El local estará a cargo del gerente general, el cual dirige y controla los procesos del área financiera y de producción. Seguidamente del chef ejecutivo quien formará parte directa del personal de planta en la producción de alimentos y bebidas, en el área de servicio; el mesero cumplirá con doble función las cuales son: atender al cliente en la toma de pedidos y a su vez cobrar por los productos consumidos.

4.4.1.1 Organigrama estructural

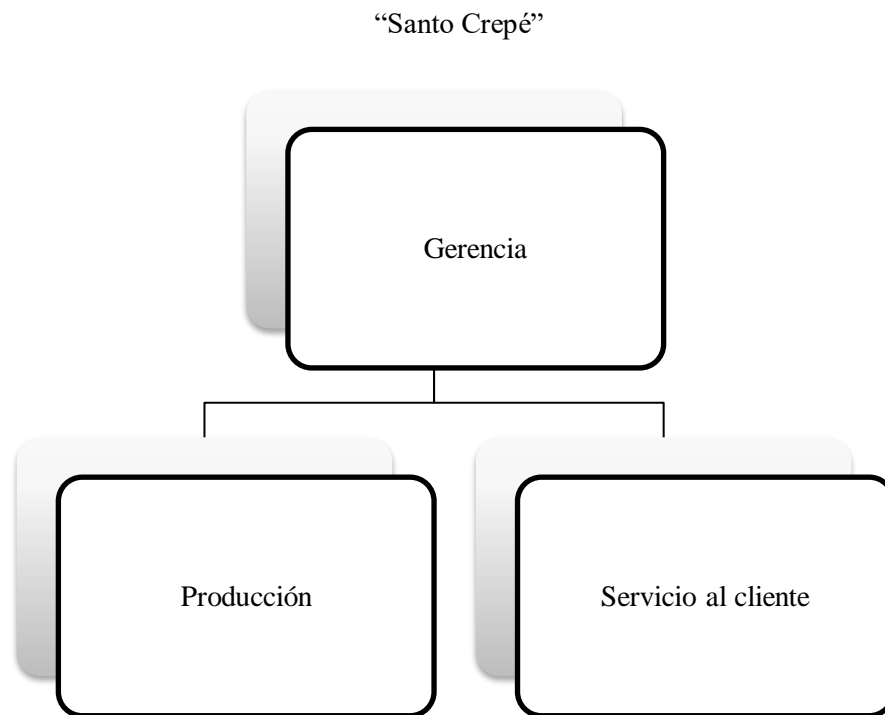


Gráfico 9-4: Organigrama estructural

Realizado por: Chela, Diana, 2018

Leyenda

Nivel de dirección: |

Nivel de operación: L

Elaborado por: Diana Chela

Fecha de elaboración: 22/11/2018

Aprobado por: Gerencia

4.4.1.2 Organigrama funcional

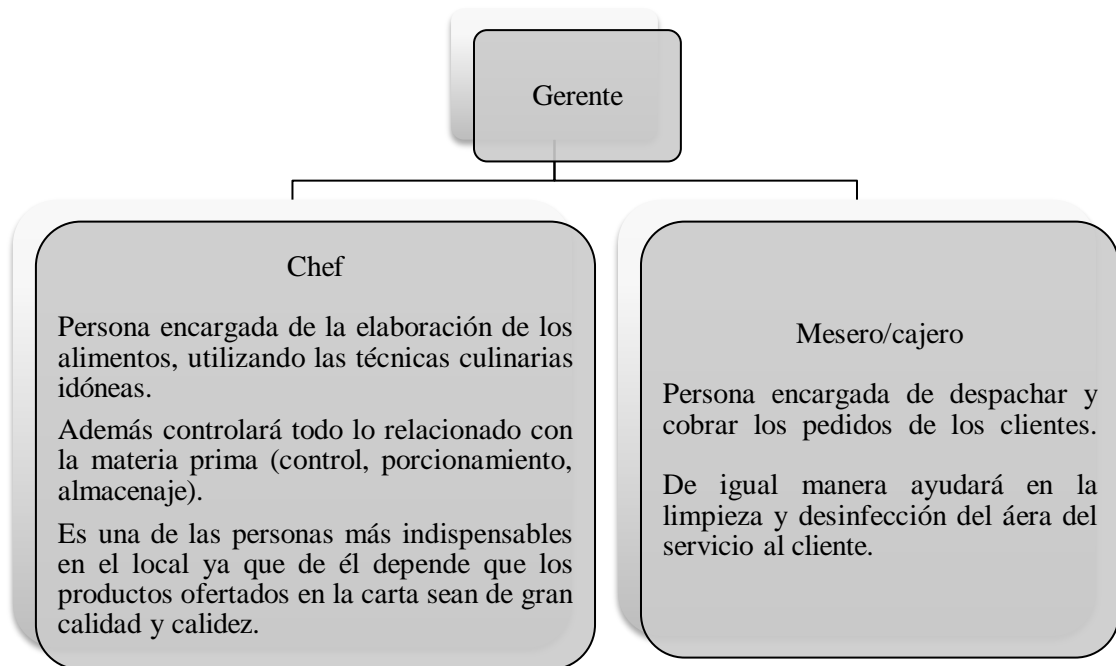


Gráfico 10-4: Organigrama funcional

Realizado por: Chela, Diana, 2018

Leyenda

Nivel de dirección: |

Nivel de operación: L

Elaborado por: Diana Chela

Fecha de elaboración: 22/11/2018

Aprobado por: Gerencia

4.4.1.3 Manual de funciones

El manual de funciones es una documentación donde se detalla la manera en que se lleva a cabo todas las actividades que cada miembro de una empresa debe realizar, este documento seguirá las pautas establecidas dentro de un sistema (Zapatero, 2013, pág. 78).

Lo que se persigue al usar esta herramienta es no cometer errores en cualquier proceso, minimizando las posibilidades de error. Se trata de estandarizar operaciones; así se obtendrá productos y servicios de calidad en cada uno de los procedimientos e instrucciones (Zapatero, 2013, pág. 78).

4.4.2 Marco Legal

La ley de defensa del artesano señala que los artesanos son aquellos que practican una actividad eminentemente artesanal con predominio de actividad manual, dirigida personalmente por el artesano con un máximo de 15 operarios y 5 aprendices (Tapia, 2017).

Si usted o su negocio se adaptan a esta descripción, puede obtener la calificación de artesano. Además, tendrá beneficios, como por ejemplo, no estará obligado a llevar contabilidad, sus actividades gravan el 0% del Impuesto al Valor Agregado (IVA) y no está obligado a pagar los décimos tercero y cuarto sueldo a sus colaboradores, y tampoco tiene que cancelarles y utilidades y fondos de reserva (Tapia, 2017).

La JNDA solo calificará como artesanos a quienes hayan invertido en su taller implementos, maquinaria y materia prima una cantidad que no supere el (25%) del capital fijado para la pequeña industria, es decir el \$87.500 (Tapia, 2017).

A través de la Unidad de Calificaciones se otorgará 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 (Tapia, 2017).

Requisitos para calificación artesanal

- Solicitud de certificación de Artesano Calificado que se obtiene en la JNDA o en las juntas provinciales y cantonales (Tapia, 2017).
- Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación (Tapia, 2017).

- Copia de la última calificación (según el caso) (Tapia, 2017).

Requisitos para certificar el taller

En el proceso, el solicitante también debe obtener la calificación de taller artesana. El interesado debe presentar:

- Copia cédula identidad (Tapia, 2017).
- Copia del certificado de votación (hasta 65 años) (Tapia, 2017).
- Foto carné actualizada a color (Tapia, 2017).
- Tipo de sangre (Tapia, 2017).
- Solicitud adquirida en la JNDA, juntas provinciales y cantonales (Tapia, 2017).
- Luego se inspeccionará el taller para determinar si cumple con lo que determina la ley y se extenderá la calificación de taller artesanal (Tapia, 2017).

4.4.3 Permisos requeridos para su funcionamiento

Tabla 33-4: Permisos requeridos para el funcionamiento del local

Gastos de constitución	
Tipo	Gasto anual
Inscripcion del negocio a la junta del artesano (curso y carnet)	\$ 25,00
Permiso en el Ministerio del ambiente	\$ 10,00
Inscripcion al SRI	\$ 0,00
Bomberos	\$ 5,00
ARCSA	\$ 40,58
Patente municipal	\$ 60,00
Registro de MINTUR	\$ 45,00
TOTAL	\$ 185,58

Fuente: Estudio financiero

Realizado por: Chela, Diana, 2018

4.4.4 Mitigar el impacto ambiental

Mitigar el impacto ambiental ha demostrado ser una medida útil para realizar una prevención efectiva y un control de la degradación del medio ambiente como consecuencia de las distintas actividades o intervenciones que se llevan a cabo sobre aquel (Gea-Izquierdo, 2016, pág. 69).

Dentro de la empresa, se realizó una evaluación con los potenciales daños durante el proceso de producción o etapa pre operativa.

4.4.4.1 Acciones remediales

Tabla 34-4: Acciones remediales

Área afectada	Daños potenciales durante la producción o etapa pre operativa	Medidas de mitigación	Acción
Agua	Exceso de agua residual.	Reutilizar	Usar el agua procedente del lavado de la materia prima para la conservación de la flora del establecimiento
	Uso excesivo de jabón, cloro, desinfectantes, detergente.	Reducir	Disminuir el uso de mencionados productos mediante las señaléticas de procesos.
	Altos niveles de agua con grasa.	Reducir	Disminuir la contaminación del agua mediante el uso de trampas de grasa.
Aire	Emanación de gases a causa de la maquinaria de cocina.	Reducir	Mantener apagada la maquinaria de cocina mientras no se usa. Contar con un extractor de olores y las ventilaciones adecuadas.
Suelo	Desechos inorgánicos obtenidos en producción.	Reciclar	Clasificar los desechos según su tipo, en tachos de colores: amarillo (plástico), verde (vidrio), azul (papel y cartón).
	Desechos orgánicos obtenidos en producción.	Reutilizar	Almacenarlos en el tacho de color tomate, para respectivamente reutilizarlos como abono o alimento para animales.

Fuente: Investigación de campo

Realizado por: Chela, Diana, 2018

Las 3R

Todos los días las noticias hablan del ambiente. Aparecen notas sobre la ecología, la contaminación, la falta de energía, los inundados, la basura, los alimentos y muchos otros temas. Parece que estamos siempre al borde del abismo, sufriendo una catástrofe tras otra. En realidad, los problemas ambientales existen y el gran desafío del siglo XXI es solucionarlos. La cuestión

tampoco es sencilla: el hombre llegó a la luna, pero no sabe qué hacer con la basura (Dadon, Oldani, & María, 2014, pág. 7).

Por esta razón se implementó la regla de las 3R la cual tiene como objetivo que las personas cambien sus hábitos y se relaciona con los residuos que genera el consumo y que se multiplican debido al consumismo (Dadon, Oldani, & María, 2014, pág. 188).

Reducir

Ésta es la primera de las R y la más eficiente de todas a nivel de protección del medio ambiente. Es el proceso inicial que se debe realizar, ya que la reducción de consumo permite minimizar energía en lo referente a la extracción de materias primas, la fabricación, el transporte y también los recursos humanos (Virginie, 2011, pág. 34).

Para ello se aconseja, cuando sea posible, la adquisición de productos a granel y la reutilización de los envases. Se debe de consumir menos pero mejor: hay que invertir en la calidad antes que en la cantidad. Hay que reducir la cantidad de productos consumibles como el agua mediante el control del goteo, cuidando de no dejar correr el agua inútilmente, reaprovechando el agua de baño, limpieza, cocina, etc. (Virginie, 2011, pág. 35).

Reciclar

Es la obtención de materias primas sin partir directamente de recursos naturales, sino de desechos, que así son nuevamente introducidos en el ciclo productivo. Esto permite ahorrar materiales vírgenes, energía, agua y también reducir la contaminación (Anzolín, 2003, pág. 305).

Ante todo, el reciclaje es un método que intenta remediar los síntomas más que curar las causas del sobreconsumo (Virginie, 2011, pág. 41).

Reutilizar

Consiste en reutilizar los productos mediante su reparación, restauración o transformación, o simplemente destinándolos a un nuevo usuario. Esto permite reducir la fabricación de nuevos productos, economizando recursos y energía, preservando de esta manera el medio ambiente. También contribuye a disminuir los residuos alargando la vida útil de los productos. De esta manera se produce menos basura y se gasta menos energía (Virginie, 2011, pág. 36).

La reutilización de los envases de bebidas hechos de vidrio o plástico PET (tereftalato de polietileno), constituye una importante fuente de ahorro de recursos. Algunos países han tomado medidas muy concretas para favorecerla. Dos ejemplos son: Dinamarca, que prohibió la comercialización de bebidas en envases que no sean retornables, y Ecuador, que ha fijado un depósito retornable que alcanza al 50% del valor de la bebida (Anzolín, 2003, pág. 308).

4.5 Estudio Financiero

4.5.1 Análisis de la inversión

Tabla 35-4: Análisis de la inversión

Rubros	Inversión realizada	Inversión por realizar	Total de inversión
1. Inversiones fijas			\$ 3.746,16
Maquinaria y equipo		\$ 2.018,95	\$ 2.018,95
Equipo de cómputo		\$ 130,00	\$ 130,00
Muebles y enseres		\$ 1.060,00	\$ 1.060,00
Menaje y vajilla		\$ 500,12	\$ 500,12
Imprevistos (1%)		\$ 37,09	\$ 37,09
2. Activos diferidos			\$ 444,72
Gastos de constitución		\$ 185,58	\$ 185,58
Gastos de instalación		\$ 95,50	\$ 95,50
Gastos de publicidad		\$ 131,33	\$ 131,33
Gastos experimentación		\$ 27,90	\$ 27,90
Imprevistos (1%)		\$ 4,40	\$ 4,40
3. Capital de trabajo			\$ 8.428,02
Materia prima		\$ 3.928,19	\$ 3.928,19
Materiales indirectos		\$ 163,20	\$ 163,20
Mano de obra directa		\$ 1.345,80	\$ 1.345,80
Combustibles y lubricantes gas		\$ 36,00	\$ 36,00
Servicios básicos		\$ 148,35	\$ 148,35
Gasto arriendo		\$ 900,00	\$ 900,00
Sueldos ventas		\$ 1.325,61	\$ 1.325,61
Suministros y materiales		\$ 297,42	\$ 297,42
Caja - bancos	\$ 200,00	\$ 0,00	\$ 200,00
Contingencia (1%)		\$ 83,45	\$ 83,45
SUBTOTAL	\$ 200,00	\$ 12.418,90	\$ 12.618,90
TOTAL INVERSIÓN		\$ 12.618,90	

Fuente: Estudio financiero

Realizado por: Chela, Diana, 2018

4.5.1.1 Fuentes y usos

Tabla 36-4: Fuentes y usos

RUBROS	USOS DE FONDOS	FUENTES DE FINANCIAMIENTO		
		REC.PROPIO	BANCO	PROVEEDORES
1. Inversiones fijas				
Maquinaria y equipo	\$ 2.018,95	\$ 2.018,95		
Equipo de computo	\$ 130,00	\$ 130,00		
Muebles y enseres	\$ 1.060,00	\$ 1.060,00		
Menaje y vajilla	\$ 500,12	\$ 500,12		
Imprevistos (1%)	\$ 37,09	\$ 37,09		
2. Activos diferidos				
Gastos de organización	\$ 185,58	\$ 185,58		
Gastos de instalación	\$ 95,50	\$ 95,50		
Gastos de publicidad	\$ 131,33	\$ 131,33		
Gastos de experimentación	\$ 27,90	\$ 27,90		
Imprevistos (1%)	\$ 4,40	\$ 4,40		
3. Capital de trabajo				
Materia prima	\$ 3.928,19	\$ 3.928,19		
Materiales indirectos	\$ 163,20	\$ 163,20		
Mano de obra directa	\$ 1.345,80	\$ 1.345,80		
Combustibles y lubricantes	\$ 36,00	\$ 36,00		
Servicios básicos	\$ 148,35	\$ 148,35		
Gasto arriendo	\$ 900,00	\$ 900,00		
Sueldos de ventas	\$ 1.325,61	\$ 1.325,61		
Suministros y materiales	\$ 297,42	\$ 297,42		
Caja - bancos	\$ 200,00	\$ 200,00		
Contingencia (1%)	\$ 83,45	\$ 83,45		
TOTAL	\$ 12.618,90	\$ 12.618,90		

Fuente: Estudio financiero

Realizado por: Chela, Diana, 2018

4.5.2 Presupuestos

4.5.2.1 Presupuestos de costos de producción

Tabla 37-4: Presupuesto de costos de producción

Costos de producción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia prima	\$ 15.712,75	\$ 16.358,55	\$ 17.030,88	\$ 17.730,85	\$ 18.459,59
Mano de obra directa	\$ 5.383,20	\$ 5.604,45	\$ 5.834,79	\$ 6.074,60	\$ 6.324,27
Costos indirectos de fabricación					
Materiales indirectos	\$ 163,20	\$ 169,91	\$ 176,89	\$ 184,16	\$ 191,73
Gastos generales de fabricación					
Combustibles y lubricantes	\$ 144,00	\$ 149,92	\$ 156,08	\$ 162,49	\$ 169,17
Mantenimiento	\$ 200,00	\$ 208,22	\$ 216,78	\$ 225,69	\$ 234,96
Servicios básicos	\$ 296,70	\$ 308,89	\$ 321,59	\$ 334,81	\$ 348,57
Suministros y materiales	\$ 713,81	\$ 743,15	\$ 773,69	\$ 805,49	\$ 838,59
Amortización gasto de experimentación	\$ 5,58	\$ 5,58	\$ 5,58	\$ 5,58	\$ 5,58
Depreciación maquinaria y equipo	\$ 181,71	\$ 165,35	\$ 150,47	\$ 136,93	\$ 124,60
Depreciación muebles y enseres	\$ 27,86	\$ 25,35	\$ 23,07	\$ 20,99	\$ 19,10
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	\$ 22.437,54	\$ 23.408,66	\$ 24.388,88	\$ 25.407,74	\$ 26.466,97

Fuente: Estudio financiero

Realizado por: Chela, Diana, 2018

4.5.2.2 Presupuesto de gastos de administración

Tabla 38-4: Presupuesto de gastos de administración

Gastos de administración	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gasto arriendo	\$ 3.600,00	\$ 3.747,96	\$ 3.902,00	\$ 4.062,37	\$ 4.229,34
Servicios básicos	\$ 148,35	\$ 154,45	\$ 160,79	\$ 167,40	\$ 174,28
Suministros y materiales	\$ 118,97	\$ 123,86	\$ 128,95	\$ 134,25	\$ 139,77
Depreciación equipo de cómputo	\$ 29,03	\$ 22,55	\$ 17,51	\$ 13,60	\$ 10,56
Amortización de gastos organización	\$ 37,12	\$ 37,12	\$ 37,12	\$ 37,12	\$ 37,12
Amortización de gastos instalación	\$ 19,10	\$ 19,10	\$ 19,10	\$ 19,10	\$ 19,10
TOTAL GASTOS ADMINISTRACIÓN	\$ 3.952,57	\$ 4.105,03	\$ 4.265,47	\$ 4.433,84	\$ 4.610,17

Fuente: Estudio financiero.

Elaborado por: Diana Chela, 2018.

4.5.2.3 Presupuesto de gastos de ventas

Tabla 39-4: Presupuesto de gastos de ventas

Gasto de ventas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Amortización gasto publicidad	\$ 26,27	\$ 26,27	\$ 26,27	\$ 26,27	\$ 26,27
Sueldos	\$ 5.302,45	\$ 5.520,38	\$ 5.747,27	\$ 5.983,48	\$ 6.229,40
Depreciación muebles y enseres	\$ 67,54	\$ 61,46	\$ 55,93	\$ 50,90	\$ 46,32
Servicios básicos	\$ 148,35	\$ 154,45	\$ 160,79	\$ 167,40	\$ 174,28
Suministros y materiales	\$ 356,90	\$ 371,57	\$ 386,84	\$ 402,74	\$ 419,30
TOTAL GASTO DE VENTAS	\$ 5.901,52	\$ 6.005,13	\$ 6.265,24	\$ 6.529,00	\$ 6.802,93

Fuente: Estudio financiero.

Realizado por: Chela, Diana, 2018

4.5.3 Estado de Pérdidas y Ganancias

Estado proforma de resultados					
Rubros	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas netas	\$44.893,58	\$ 46.738,71	\$ 48.659,67	\$ 50.659,58	\$ 52.741,69
(-) Costo de producción	\$22.437,54	\$ 23.408,66	\$ 24.388,88	\$ 25.407,74	\$ 26.466,97
(=) Utilidad bruta	\$22.456,05	\$ 23.330,05	\$ 24.270,79	\$ 25.251,84	\$ 26.274,73
(-) Gasto de administración	\$3.952,57	\$ 4.105,03	\$ 4.265,47	\$ 4.433,84	\$ 4.610,17
(-) Gasto de ventas	\$5.901,52	\$ 6.005,13	\$ 6.265,24	\$ 6.529,00	\$ 6.802,93
(=)Utilidad operativa	\$12.601,96	\$ 13.219,89	\$ 13.740,07	\$ 14.289,00	\$ 14.861,63
(-) Gasto financiero					
(=) Resultado utilidad y/o perdida	\$12.601,96	\$ 13.219,89	\$ 13.740,07	\$ 14.289,00	\$ 14.861,63
(-) Reparto de utilidades					
(-) Impuesto renta					
(=) UTILIDAD NETA	\$12.601,96	\$ 13.219,89	\$ 13.740,07	\$ 14.289,00	\$ 14.861,63

Tabla 40-4: Estado de pérdidas y ganancias

Fuente: Estudio financiero

Realizado por: Chela, Diana, 2018

4.5.4 Estado de Situación Financiera

Tabla 41-4: Balance general

Balance general						
DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO						
Activo corriente (capital de trabajo)	\$ 8.130,60	\$ 21.925,18	\$ 2.938,19	\$ 23.853,46	\$ 24.797,47	\$ 25.765,17
Activo fijo	\$ 3.246,04	\$ 3.246,04	\$ 3.246,04	\$ 3.246,04	\$ 3.246,04	\$ 3.246,04
Depreciación acumulada	\$ 0,00	(-306,14)	(-612,28)	(-918,42)	(-1224,56)	(-1530,69)
Diferidos (valor amortización anual)	\$ 444,72	\$ 355,77	\$ 266,83	\$ 177,89	\$ 88,94	\$ 0,00
TOTAL ACTIVOS	\$ 12.618,90	\$ 25.220,86	\$ 25.838,79	\$ 26.358,97	\$ 26.907,90	\$ 27.480,52
PASIVOS						
Pasivo corriente (interés bancario)	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Pasivo largo/plazo (crédito bancario)	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
TOTAL PASIVO	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
PATRIMONIO						
Capital	\$ 12.618,90	\$ 12.618,90	\$ 12.618,90	\$ 12.618,90	\$ 12.618,90	\$ 12.618,90
Resultado del ejercicio (utilidad neta)		\$ 12.601,96	\$ 13.219,89	\$ 13.740,07	\$ 14.289,00	\$ 14.861,63
TOTAL PATRIMONIO	\$ 12.618,90	\$ 25.220,86	\$ 25.838,79	\$ 26.358,97	\$ 26.907,90	\$ 27.480,52
TOTAL PASIVO +PATRIMONIO	\$ 12.618,90	\$ 25.220,86	\$ 25.838,79	\$ 26.358,97	\$ 26.907,90	\$ 27.480,52
*Año 1 Activo Corriente = Total Pasivo + Total Patrimonio - Activo Fijo - Depreciaciones - Activos Diferidos						

Fuente: Estudio financiero

Realizado por: Chela, Diana, 2018

4.5.5 Estado de Flujo del Efectivo

Tabla 42-4: Flujo del efectivo

Cálculo del flujo de caja del proyecto						
Rubros	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas		\$ 44.893,58	\$ 46.738,71	\$ 48.659,67	\$ 50.659,58	\$ 52.741,69
Costos producción		\$ 22.437,54	\$ 23.408,66	\$ 24.388,88	\$ 25.407,74	\$ 26.466,97
Gasto administrativo		\$ 3.952,57	\$ 4.105,03	\$ 4.265,47	\$ 4.433,84	\$ 4.610,17
Gasto ventas		\$ 5.901,52	\$ 6.005,13	\$ 6.265,24	\$ 6.529,00	\$ 6.802,93
Gasto financieros						
Amortización act. diferido		\$ 88,94	\$ 88,94	\$ 88,94	\$ 88,94	\$ 88,94
Utilid. antes de rep.ut. e imp.		\$ 12.601,96	\$ 13.219,89	\$ 13.740,07	\$ 14.289,00	\$ 14.861,63
Utilidad neta		\$ 12.601,96	\$ 13.219,89	\$ 13.740,07	\$ 14.289,00	\$ 14.861,63
Depreciaciones		\$ 306,14	\$ 306,14	\$ 306,14	\$ 306,14	\$ 306,14
Amort.Act.Nominal		\$ 88,94	\$ 88,94	\$ 88,94	\$ 88,94	\$ 88,94
Inversión maq. y equip.	\$ 2.018,95					
Inv. terreno y obra física						
Inversión otros	\$ 1.690,12					
Inv. act. nominal	\$ 444,72					
Inv. capital de trabajo	\$ 8.428,02					
Vehículo						
Imprevisto	\$ 37,09					
Recup. capital trabajo						
Préstamo						
Amort. préstamo						
FLUJO DE CAJA	\$12.618,90	\$ 12.997,05	\$ 13.614,97	\$ 14.135,15	\$ 14.684,09	\$ 15.256,71

Fuente: Estudio financiero

Realizado por: Chela, Diana, 2018

4.5.6 Evaluación Económica

Flujo neto del efectivo (FNE)

Tabla 43-4: Flujo neto del efectivo

FNE	
Inversión	- 12.618,90
Año 1	\$ 12.997,05
Año 2	\$ 13.614,97
Año 3	\$ 14.135,15
Año 4	\$ 14.684,09
Año 5	\$ 15.256,71

Fuente: Estudio financiero

Realizado por: Chela, Diana, 2018

Análisis: en la tabla presentada, se logró establecer el flujo neto del efectivo durante los 5 primeros años, en donde se puede muestra notablemente que el valor de caja se va incrementando, haciendo que el proyecto sea viable.

Valor actual neto (VAN)

Tabla 44-4: Valor actual neto

Valor Actual Neto (Van)			
Nº	FNE	$(1 + i)^n$	$FNE / (1 + i)^n$
Inversión	- 12.618,90		- 12.618,90
Año 1	\$ 12.997,05	1,12	\$ 11.604,51
Año 2	\$ 13.614,97	1,25	\$ 10.853,77
Año 3	\$ 14.135,15	1,40	\$ 10.061,12
Año 4	\$ 14.684,09	1,57	\$ 9.332,00
Año 5	\$ 15.256,71	1,76	\$ 8.657,07
TOTAL			\$ 37.889,57
VAN	\$	37.889,57	

Fuente: Estudio financiero.

Realizado por: Chela, Diana, 2018

Análisis: el resultado del VAN es un valor positivo, siendo \$ 37.889,57 mayor a cero. Esta cifra se obtuvo utilizando las cantidades del flujo de caja y así también del valor de la inversión

Tasa interna de retorno (TIR)

Tabla 45-4: Tasa interna de retorno

Tasa Interna de Retorno (TIR)					
Inversión Inicial	- \$ 12.618,90				
	Kp	28%	Kp	29%	
Años	Flujo de caja	Factor de descuento	Valor actual	Factor de descuento	Valor actual
1	\$ 12.997,05	0,78	\$ 10.153,94	0,775193798	\$ 10.075,23
2	\$ 13.614,97	0,61	\$ 8.309,92	0,600925425	\$ 8.181,58
3	\$ 14.135,15	0,48	\$ 6.740,17	0,465833663	\$ 6.584,63
4	\$ 14.684,09	0,37	\$ 5.470,25	0,361111367	\$ 5.302,59
5	\$ 15.256,71	0,29	\$ 4.440,29	0,279931292	\$ 4.270,83
			\$35.114,56		\$ 34.414,86
			Inversión		- 12.618,90
			VAN		\$ 21.795,97
TIR = $TD1+(TD2-TD1)*(VAN1/VAN1-VAN2)$ TIR = 60,15%					

Fuente: Estudio financiero

Realizado por: Chela, Diana, 2018

Análisis: al aplicar la fórmula para obtener el TIR, se obtuvo un 60,15% el cual supera la tasa de interés vigente.

Período de recuperación

Tabla 46-4: Período de recuperación

Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)					
Años	Flujos operativos	Flujo neto	Diferencia entre flujos e inversión	Parcial del año	PRI
0	- 12.618,90		- 12.618,90		
1	\$ 12.997,05	\$ 12.997,05	\$ 378,15		
2	\$ 13.614,97	\$ 26.612,02	\$ 13.993,13	1,03	2,03
3	\$ 14.135,15	\$ 40.747,17	\$ 28.128,28	1,99	2,99
4	\$ 14.684,09	\$ 55.431,26	\$ 42.812,36	2,92	3,92
5	\$ 15.256,71	\$ 70.687,97	\$ 58.069,07	3,81	4,81
TOTAL	\$ 58.069,07			9,74	13,74

Fuente: Estudio financiero

Realizado por: Chela, Diana, 2018

Ecuación 3-4: Fórmula período de recuperación

$$\text{PRR} = \text{Año anterior a recuperar} + \frac{\text{Primera diferencia entre flujos}}{\text{Flujo operativo (año 2)}}$$

$$\text{PRR} = 1 + \frac{378,15}{13.614,97}$$

$$\text{PRR} = 1 + 0,03$$

$$\text{PRR} = 1,03$$

Tabla 47-4: Tiempo exacto de recuperación

Tiempo		
1,03	Años	1
0,03	Meses	1
0,36	Días	11

Fuente: Estudio financiero

Realizado por: Chela, Diana, 2019

Punto de equilibrio

Tabla 48-4: Punto de equilibrio

Punto de equilibrio	
Detalle	Valor
Costo fijo	\$ 10.685,65
Precio	\$ 2,97
Costo variable	\$ 1,04
Punto de equilibrio	5534,72
Utilidad	0

Fuente: Estudio financiero

Realizado por: Chela, Diana, 2019

Tabla 49-4: Punto de equilibrio (ventas)

Unidades	Ventas	Costos fijos	Costos variables	Costos totales	Resultados
1.152	3.421,72	10.685,65	1.197,60	11.883,26	- 8.461,53
2.304	6.843,45	10.685,65	2.395,21	13.080,86	- 6.237,41
3.456	10.265,17	10.685,65	3.592,81	14.278,46	- 4.013,29
4.608	13.686,89	10.685,65	4.790,41	15.476,06	- 1.789,17
5.760	17.108,61	10.685,65	5.988,02	16.673,67	434,95
6.912	20.530,34	10.685,65	7.185,62	17.871,27	2.659,07
8.064	23.952,06	10.685,65	8.383,22	19.068,87	4.883,19
9.216	27.373,78	10.685,65	9.580,82	20.266,48	7.107,31
10.368	30.795,51	10.685,65	10.778,43	21.464,08	9.331,43
11.520	34.217,23	10.685,65	11.976,03	22.661,68	11.555,55
12.672	37.638,95	10.685,65	13.173,63	23.859,29	13.779,67
13.824	41.060,67	10.685,65	14.371,24	25.056,89	16.003,79
14.976	44.482,40	10.685,65	15.568,84	26.254,49	18.227,91
16.128	47.904,12	10.685,65	16.766,44	27.452,09	20.452,03
17.280	51.325,84	10.685,65	17.964,05	28.649,70	22.676,15
18.432	54.747,57	10.685,65	19.161,65	29.847,30	24.900,27
19.584	58.169,29	10.685,65	20.359,25	31.044,90	27.124,39
20.736	61.591,01	10.685,65	21.556,85	32.242,51	29.348,51
21.888	65.012,73	10.685,65	22.754,46	33.440,11	31.572,63
23.040	68.434,46	10.685,65	23.952,06	34.637,71	33.796,75

Fuente: Estudio financiero

Realizado por: Chela, Diana, 2019

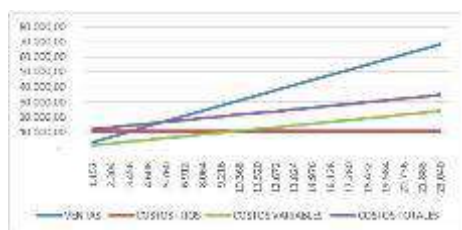


Gráfico 11-4: Punto de equilibrio

Fuente: Estudio financiero

Realizado por: Chela, Diana, 2019

Relación beneficio costo

Tabla 50-4: Relación beneficio costo

Relación beneficio costo			
Tasa de descuento	0,12		
Año	Inversión	Ingresos	Costos
	- 12.618,90		
1		\$ 44.893,58	\$ 23.408,66
2		\$ 46.738,71	\$ 24.388,88
3		\$ 48.659,67	\$ 24.388,88
4		\$ 50.659,58	\$ 25.407,74
5		\$ 52.741,69	\$ 26.466,97
		TOTAL INGRESO	\$ 174.100,50
		TOTAL COSTO	\$ 88.867,93
		(=) COSTO+INVERSIÓN	\$ 76.249,03
		RB/C	1,96

Fuente: Estudio financiero

Realizado por: Chela, Diana, 2019

Análisis: en cuanto a la relación de beneficio costo, se obtuvo que es de 1,96 dicho resultado representa la ganancia de \$ 0,96 que se genera por cada dólar vendido

4.5.7 Evaluación Social

Tabla 51-4: Evaluación social

Evaluación social		
Detalle	Valores	Resultado
Desempleo en Santo Domingo	135042	
Personas empleadas en el proyecto	2	
APORTE		0,0015%

Fuente: Estudio financiero.

Realizado por: Chela, Diana, 2018

Análisis: el objetivo principal de realizar la evaluación social al implementar el proyecto, es incrementar el ámbito laboral y económico de Santo Domingo. El establecimiento otorgará empleo a dos personas, las cuales representan el 0,0015%, menos de desempleo en la cual se encuentra la ciudad.

4.5.8 Evaluación Ambiental

Todos los locales comerciales y más aún los establecimientos de A&B tienen un gran impacto ambiental, tanto en el momento de la transformación de materia prima, como en su servicio o comercialización. Por estas razones es que “Santo Crepé” caminará de la mano con el cuidado del medio ambiente, haciendo uso de las normas ambientales como lo son las 3R. No obstante, mediante pequeñas ilustraciones y breves consejos, se dará la oportunidad de que los clientes creen conciencia de las causas y consecuencias que acarrearán no prevenir la contaminación.

Santo Crepé hará evaluaciones continuas sobre el reciclaje y la clasificación de la basura, ya que estos dos puntos, son los que más afectan a establecimientos de comida, de esta manera se logrará aportar con el cuidado ambiental.

CONCLUSIONES

- El estudio de mercado, permitió determinar que en la ciudad de Santo Domingo existe una demanda insatisfecha de un 92%, haciendo alusión a los escasos lugares que ofertan productos iguales o similares a los que el establecimiento brindará. Por lo cual existe una alta posibilidad de cubrir este mercado potencial, satisfaciendo las necesidades de cada cliente con la oferta gastronómica de Santo Crepé.
- El estudio técnico estableció que se elaborará 67 productos durante la jornada laboral, que generará de forma directa e indirecta fuentes de empleo y ayudará a incrementar la economía del cantón.
- La puesta en marcha de este proyecto tiene base en los resultados del estudio financiero; en donde se da a conocer la inversión que se requiere, la cual es de \$ 12.618,90, la Tasa Interna de Retorno (TIR) tiene un valor de 60,15 % indicando el porcentaje que retornará a la empresa dentro del año el cual cubrirá la inversión realizada; y la relación Beneficio Costo (B/C) de \$ 1,96 mostrando la utilidad de \$0,96 por cada dólar vendido. Al obtener estos resultados, se determinó que el proyecto es viable por su nivel de rentabilidad.
- El manual de funciones es una herramienta fundamental que sirve como guía para ejecutar todas las operaciones ya establecidas, también da a conocer los reglamentos y obligaciones de los trabajadores. De igual manera ayuda a controlar los protocolos de higiene y seguridad, evitando en lo posible se cometa algún error el cual pueda afectar a la inocuidad y calidad de la materia prima, productos finales o servicio.

RECOMENDACIONES

- Para satisfacer completamente la demanda del mercado, es indispensable analizar todas las falencias de la competencia directa e indirecta, tomar esa investigación de campo como punto de partida para posteriormente proceder a la innovación de productos y servicio del establecimiento. O a su vez, hacer que el cliente se sienta parte de la familia, aportando con sus ideas o comentarios para la renovación de la carta.
- Es de vital importancia establecer de forma ordenada los estudios: técnico, administrativo, legal, ambiental y financiero; porque son la parte fundamental para estructurar, controlar y cumplir los objetivos trazados.
- Dar seguimiento al cumplimiento del manual de funciones, de esto dependerá que la empresa conserve y mejore la calidad e inocuidad de todos sus procesos de producción o servicio.

BIBLIOGRAFÍA

- Acero, A. (2011). Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/111485247/Metodo-descriptivo>
- Alegsa, L. (16 de Mayo de 2018). *Alegsa*. Obtenido de <http://www.alegsa.com.ar/Dic/factibilidad.php>
- Angulo, E. (2009). *Fisiología aviar*. Lérída.
- Anzolín, A. (2003). *Lazos verdes: nuestra relación con la naturaleza*. Buenos Aires: Maipue.
- Aspic. (28 de Mayo de 2015). *Historia de las crepas*. Obtenido de <https://www.aspic.edu.mx/articulos/historia-de-las-crepas/#>
- Ayuso, M. (9 de Diciembre de 2013). *Alma, corazón y vida. Beneficios de tomar café que han desvelado las investigaciones científicas*. Obtenido de https://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2013-12-09/beneficios-de-tomar-cafe-que-han-desvelado-las-investigaciones-cientificas_59249/
- Camejo, J. R. (2010). *Aplicación en postres lácteos de harina de plátano fruta verde. ciencia y tecnología de alimentos. vol. 20, no. 2, 2010*. La Habana: Retrieve.
- Canasta Verde. (2015). *Canastas Verde*. Recuperado el 14 de Mayo de 2019, de <http://www.canastaverde.mx/harina-de-almendras-todos-sus-usos-y-beneficios/>
- Casalins, E. (2017). *Café, una historia de sabor y aromas: Blends & recetas*. Buenos Aires: Ediciones Lea S.A.
- Centrolist. (11 de Enero de 2016). *Centro Médico List*. Obtenido de <http://centrolist.com/blog/?p=2445>
- CIFE. (18 de Julio de 2001). Obtenido de <http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap2a.pdf>
- Clemente, E. (2012). *Directo al paladar*. Recuperado el 6 de Junio de 2019, de <https://www.directoalpaladar.com/ingredientes-y-alimentos/harina-de-platano-verde-una-rica-alternativa-para-celiacos>

- Cocinista. (s.f.). *Cocinista*. Recuperado el 2 de Febrero de 2019, de <https://www.cocinista.es/web/es/enciclopedia-cocinista/ingredientes-del-mundo/harina-de-coco.html>
- Cocinista. (s.f.). *Cocinista*. Recuperado el 18 de Diciembre de 2018, de <https://www.cocinista.es/web/es/enciclopedia-cocinista/ingredientes-del-mundo/harina-de-maiz.html>
- Como funciona. (7 de Enero de 2015). *Como funciona que*. Obtenido de <https://comofuncionaque.com/como-funciona-el-refrigerador/>
- Consumer, E. (6 de Julio de 2012). *Receta de masa de crepes*. Obtenido de <http://www.consumer.es/web/es/alimentacion/recetas/2012/07/06/210963.php>
- Crepes&Waffles. (2018). *Crepes & Waffles*. Obtenido de <http://crepesywaffles.com.ec/quienes-somos/historia-y-filosofia>
- Cullen, W. (1794). *Tratado de materia medica, Volumen2*. Madrid: Don Benito Cano.
- Dadon, J., Oldani, J., & María, R. (2014). *Ambiente, desarrollo y sociedad*. Buenos Aires: Aula del taller.
- Daza, M., Mendez, T., & Rodriguez, L. (10 de Mayo de 2014). *Técnicas de mesa y bar - técnico profesional en hotelería*. Obtenido de <https://marvydaza.wordpress.com/2014/05/10/areas-del-restaurant/>
- Diario La Nueva. (2006). *La Nueva*. Recuperado el 11 de Junio de 2019, de <https://www.lanueva.com/nota/2006-10-16-9-0-0-la-historia-del-trigo>
- Diaz, A. (21 de Mayo de 2018). *Nueva Mujer: 7 beneficios de tomar un licuado de frutas diario*. Obtenido de <https://www.nuevamujer.com/gourmet/2014/05/21/7-beneficios-de-tomar-un-licuado-de-frutas-diario.html>
- Digital, L. M. (s.f.). *La Creperie*. Obtenido de <http://lacreperie.com.ec/historia/>
- Dressel, G., & Medem, J. (1976). *Organización de la empresa constructora*. Barcelona: Reverte.
- Ecological S.A.C. (2015). *Ecological Organically Committed*. Recuperado el 11 de Junio de 2019, de <http://www.ecologicalperu.com/product/harina-de-platano-organico-de-exportacion/>
- editor2. (4 de Febrero de 2014). *Como hacer crepas*. Obtenido de <http://www.comohacercrepas.com.mx/espatula-para-crepas/>

- editor2. (4 de Febrero de 2014). *Como hacer crepas*. Obtenido de <http://www.comohacercrepas.com.mx/espatula-para-crepas/>
- editor2. (14 de Enero de 2014). *Cómo Hacer Crepas*. Obtenido de <http://www.comohacercrepas.com.mx/que-es-una-crepera/>
- El Universo. (19 de Octubre de 2017). *Crepería "El Mediodía" y su propuesta de servir crepes en forma de cono*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/guayaquil/2017/10/19/nota/6437557/creperia-mediodia-su-propuesta-servir-creps-forma-cono>
- Fagor Industrial. (10 de Febrero de 2014). *Fagor Industrial*. Obtenido de <http://blog.fagorindustrial.com/?p=2349>
- Fife, B. (2015). *El coco cura*. Sirio S.a.
- Fundación Alimentum. (2018). *Info alimenta*. Recuperado el 11 de Junio de 2019, de <http://www.infoalimenta.com/biblioteca-alimentos/6/67/harina-de-trigo/>
- García, B. (12 de Mayo de 2013). *Estampas*. Obtenido de <http://www.estampas.com/cocina-y-sabor/130512/las-crepes-un-plato-facil-y-con-historia>
- Gea-Izquierdo, E. (2016). *Salud ambiental*. Quito: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- Gómez, A., Divier, A., & Bedoya, O. (2009). *Composición nutricional de la leche de ganado vacuno*. Bogotá: Red Revista Lasallista de Investigación.
- González, O. (2011). *Nutrición consciente: vitalidad y bienestar por la alimentación*. Valencia: I.
- Gularte, H. C. (2009). *Áreas gastronómicas: la gastronomía del siglo xxi: una visión técnica del nuevo escenario comercial*. Nobuko.
- Harinalia Canarias. (19 de Agosto de 2017). *Harinalia Grupo: 4 Consejos básicos para entender que tipo de harina debemos usar*. Obtenido de <https://harinaliacanarias.es/4-consejos-basicos-para-entender-que-tipo-de-harina-debemos-usar/>
- Isma. (22 de Octubre de 2016). *Como funciona*. Obtenido de <http://comofunciona.co.com/licuadora/>
- Jet., V. (4 de Septiembre de 2017). *viajejet*. Obtenido de <https://www.viajejet.com/primeros-pasos-en-la-comida-tipica-de-francia-crepes/#historia>

- Jiménez, M. (1848). *Tratado de materia farmacéutica*. Madrid: La Viuda de Sanchiz é hijos.
- La Crêpe Blog. (28 de Febrero de 2012). *La Crêpe Blog: El origen de la Crepa*. Obtenido de <http://www.lacrepe.com.mx/blog/?p=1>
- La Hora. (3 de Marzo de 2012). *Milkshake, bebida nutritiva y deliciosa* . Obtenido de <https://lahora.com.ec/noticia/1101292674/milkshake-bebida-nutritiva-y-deliciosa->
- La nación. (27 de Enero de 2012). *Milkshake: La fría cara del verano*. Obtenido de <https://www.nacion.com/viva/entretenimiento/italic-milkshake-italic-la-fria-cara-del-verano/XTNLWH3HARCS3CALR6FLDSJKVU/story/>
- Lara, B. (2011). *Como elaborar proyectos de inversión paso a paso*. Quito: Oseas Espín.
- Larousse Cocina. (2018). *Larousse Cocina*. Obtenido de <https://laroussecocina.mx/palabra/creperia/>
- Lee, P. (2012). *Capítulo 98 hoteles y restaurantes*. Washington D. C: Enciclopedia de la OIT.
- López, M. (2014). *Locales comerciales: imagen y marca, estrategias de marketing para crearlos, retail marketing*. Buenos Aires: Nobuko.
- Macher, I. (2017). *De gordita a mamacita: Un completo plan de alimentación y ejercicios para volverte irresistiblemente sana*. Estados Unidos: Penguin Random House Grupo Editorial USA.
- Marketing. (10 de Abril de 2016). *Prep' La Crêpe*. Obtenido de <http://preplacrepe.com/author/marketing/>
- Martínez, A. G. (2010). *Preelaboracion y Conservacion de Alimentos*. AKAL.
- Mones, M. (10 de Agosto de 2018). *Como hacer crepas*. Obtenido de <http://www.comohacercrepas.com.mx/maquinaria-necesaria-para-una-creperia/>
- Montes, E., Lloret, I., & López, M. (2009). *Diseño y gestión de cocinas: manual de higiene alimentaria aplicada al sector de la restauración (2a. ed.)*. Madrid: Díaz de Santos.
- Moreno, T. (2016). *Emprendimiento y plan de negocio*. Santiago de Chile: RIL.
- Mundo del café. (s.f.). *Mundo del café*. Obtenido de <http://mundodelcafe.es/tipos-de-cafe/>
- Navarro. (6 de Agosto de 2013). *Clinica doctor navarro*. Obtenido de <http://www.clinicadoctornavarro.com/descubre-los-valores-nutricionales-del-crepe/>

- Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E., Villagómez, A. (2014). *Metodología de la investigación Cuantitativa - Cualitativa y Redacción de la Tesis*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Oropeza. (23 de Noviembre de 2017). *Chef oropeza: diferentes harinas que sirven para hacer crepas*. Obtenido de <https://cheforopeza.com.mx/blog/diferentes-harinas-que-sirven-para-hacer-crepas/>
- Pastrana, A. P. (2012). *Elaboraciones complementarias en panadería y bollería (uf0293)*. España: IC.
- Poncio, D. (2010). *Animarse a emprender*. Buenos Aires: Eduvin.
- Popular, D. (30 de Abril de 2012). *Crepes: El alma de la delicadeza*. Obtenido de <https://www.diariopopular.com.ar/cocina/crepes-el-alma-la-delicadeza-n1890>
- Publishing, M. (1990). *Instrumentos de análisis del marketing estratégico*. Madrid: Díaz de Santos.
- Rey, M. (30 de Octubre de 2017). *Charhadas*. Obtenido de <https://charhadas.com/articulo/7325379-que-es-una-batidora>
- Reza, J. (2006). *Nuevo diagnostico de necesidades de capacitacion y aprendizaje en las organizaciones*. México: Panorama.
- Ruiz, M., & Galetovic, A. (2005). *El libro blanco del azúcar: una historia de proteccionismo*. Santiago de Chile: RIL .
- Sánchez, A. (2011). *Servicio y atención al cliente en restaurante*. España: Innovación y cualificación.
- Sánchez, A. (2017). *Aprovisionamiento de materias primas en cocina*. Málaga: Innovación y Cualificación.
- Sánchez, Antonio. (2017). *Aprovisionamiento de materias primas en cocina. UF0054 (2a. ed.)*. Málaga: Innovación y Cualificación.
- Sánchez, C. (2018). *Harrison Sport Nutrition S.L.* Recuperado el 10 de Junio de 2019, de <https://www.hsnstore.com/blog/harina-de-avena/>
- Saracho, J. (2005). *Un modelo general de gestion por competencias. Modelos y metodologias para la identificacion y construccion de competencias*. Chile: RIL.

- Schnarch, A. (2014). *Emprendimiento exitoso: cómo mejorar su proceso y gestión*. Bogotá: Ecoe Ediciones .
- Schnarch, K. A. (2009). *Marketing para emprendedores*. Ecoe Ediciones.
- Supo, J. (2012). Obtenido de www.academia.edu/download/39887089/TIPOS_DE_INVESTIGACION.docx
- Susazón. (13 de Febrero de 2018). *Crepes ¿Conoce su origen y deliciosas variedades en el mundo!* Obtenido de <https://clubsusazon.com/crepes-conoce-origen-deliciosas-variedades-mundo/>
- Tapia, E. (25 de Agosto de 2017). *¿Cómo obtener la calificación de artesano?* Obtenido de <https://somosemprendedores.byclaro.com.ec/como-obtener-la-calificacion-de-artesano/>
- Tiempo. (2018). *Las crepes: un plato de origen celta*. Obtenido de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-579295>
- Unisima. (2019). *Unisima.com*. Recuperado el 3 de Mayo de 2019, de <https://unisima.com/salud/harina-coco/>
- Valdés, L., & Alea, J. A. (2016). *Ciencia y tecnología de alimentos. vol. 26. no. 1*. Retrieved.
- Vaquero, J. (2013). *Operaciones básicas de restaurante y bar: servicio básico de restaurante-bar*. Madrid: CEP, S.L.
- Vaquero, J. (2013). *Servicio en restaurante*. Madrid: CEP.
- Venegas, O. P. (2009). *Propiedades funcionales de la harina de avena. ciencia y tecnología de alimentos. vol. 19, no. 2, 2009*. La Habana: Retrieve.
- Virginie, M. (2011). *Los caminos del reciclaje*. Madrid: Ned.
- Zapatero, A. (2013). *Manual actividades auxiliares de comercio: atención básica al cliente*. Madrid: Cep.

ANEXOS

Anexo A: Encuesta



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



Esta encuesta tiene carácter académico, con su ayuda se logrará medir el interés para la creación de una crepería, utilizando harinas saborizadas, en la ciudad de Santo Domingo. Por favor, responda a las siguientes preguntas eligiendo una solo opción y marcando con una X su respuesta.

1. Género

Hombre

Mujer

2. ¿En qué rango de edad se encuentra usted?

Menores de 13 años

13–23 años

24–34 años

35 o más años

3. ¿Cuánto dinero gasta usted generalmente en un establecimiento de alimentos y bebidas tipo fast food?

\$1- \$5

\$6 - \$10

\$10 - \$15

4. ¿Con que frecuencia a la semana consume usted harinas?

1 vez a la semana

2 veces a la semana

3 veces a la semana

5. ¿Qué tipo de harina saborizada le gustaría consumir a usted en un crepé?

Coco

Avena

Almendras

Trigo

Plátano

6. ¿Ha acudido usted a algún local que ofrezca crepés en la ciudad de Santo Domingo hechos a base de algún tipo de harina saborizada? (opciones de la pregunta anterior).

Si

No

7. ¿Estos establecimientos han logrado satisfacer sus necesidades?

Si ()

No ()

8. ¿Qué tipo de decoración le gustaría a usted que tenga una crepería?

Retro ()

Clásico ()

Rústico ()

Moderno ()

9. ¿Qué ofertas quisiera obtener usted en un local de crepés?

Descuentos ()

Canjes ()

Paquetes promocionales ()

10. ¿Mediante qué medio de comunicación le gustaría a usted recibir la información sobre la crepería?

Prensa ()

Televisión ()

Radio ()

Internet ()

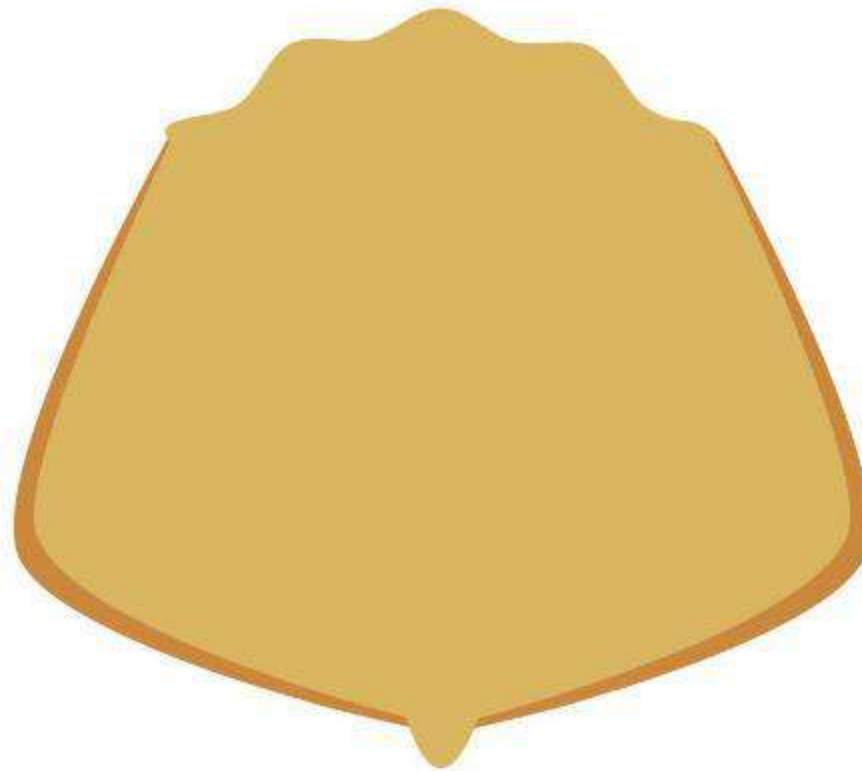
11. ¿Le gustaría y acudiría usted a un local de comida que ofrezca crepés a base de harinas saborizadas en la ciudad de Santo Domingo?

Si ()

No ()

Gracias por su sinceridad y colaboración.

Anexo B: Carta – Menú



Santo Crepé
Sabores que encantan

Síguenos en    0999189153



Horario de atención:
Martes a Jueves: 9:00 am a 7:00 pm / Sábados: 10:00 am a 9:00 pm

<p>Crepés de plátano Frutas y leche</p> <p>Choclo crepé 2,75 Queso ricotta y queso parmesano + queso de tripa + mantequilla Crepé de frutas frescas 3,15 Bebidas + frutas + queso + helado</p> <p>Crepé a la helado 2,50 Fresa + chocolate + queso + mantequilla Crepé de manzana caramelizada 2,75 Mantequilla + queso + helado + bebida</p>	<p>Bebidas</p> <p>Expreso 1,80 Mocaccino 2,15 Capuccino 2,90 Americano 1,85 Milkshakes de mango 3,50 Milkshakes de fresa 2,50 Milkshakes de quinoa 3,80</p>
<p>Crepés de avena Frutas y leche</p> <p>Vegetariano crepé 2,95 Español + queso + queso + queso + mantequilla Crepé BBQ 3,90 Ceviche de salmón + salmón + queso + queso + mantequilla 3,25 Salsas + papas + queso + helado</p> <p>Crepé pavo cocido 3,55 Caca + queso + queso + helado</p>	<p>Crepés de almendras Frutas y leche</p> <p>Crepé fresa y limón 3,80 Caramelo + queso + queso + queso + mantequilla Crepé camuflado 3,45 Queso fresco + queso + queso + queso + helado Crepé de St. Hubert 2,45 Queso + queso + queso + queso + helado Chococrepé 3,80 Mantequilla + queso + helado</p>



Extra Toppings

Bacon	Coco
Mami	Morcón
Papas	Almendras
Queso	Chips de chocolate
parmesano	



Anexo C: Receta estándar masa base con esencia de almendras

 ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR 									
Nombre de la preparación: masa con esencia de almendras					Aporte energético:	Fecha de elaboración:		# Pax: 11	
Tipo de menú	Bebida	Entrada	Plato fuerte	Postre	Menú completo	Otros			
Conservación	Ambiente		Refrigeración	X	Congelación	Otros			
Código	Producto	Cantidad	Unidad	Mise en place	Técnica culinaria		Costo unitario	Costo total	
					Método de cocción	Aplicación			
001	esencia de almendras	16	ml			masa	\$ 1,82	\$ 0,29	
002	harina de trigo	134	g	tamizada		masa	\$ 0,50	\$ 0,15	
003	leche	250	ml			masa	\$ 0,50	\$ 0,13	
004	huevo	2	u			masa	\$ 0,10	\$ 0,20	
005	mantequilla	24	g			masa	\$ 0,70	\$ 0,04	
006	azúcar	24	g			masa	\$ 0,55	\$ 0,03	
Cálculos		Resultados		% Imprevisto		C. Variable		\$ 0,83	
C.I.F 30% (PV)	0,07			7%		% Varios		\$ 0,06	
Σ C.P= CxP + C.I.F	0,15		FC=1+D			Total		\$ 0,89	
U1=P.V.- ΣCP	0,08		D=10%			C. Pax		\$ 0,08	
U2=P.V.S-PV	0,00		CR=FC* CK	35%		C.M.P o Venta		\$ 0,35	
U neta= U1+U2	0,08				P.V		\$ 0,23		
						P.V.S		\$ 0,23	



Anexo D: Receta estándar masa base de harina de plátano

 ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR 										
Nombre de la preparación: masa con harina de plátano					Aporte energético:	Fecha de elaboración:		# Pax: 13		
Tipo de menú	Bebida	Entrada	Plato fuerte	Postre	Menú completo	Otros				
Conservación	Ambiente		Refrigeración	X	Congelación	Otros				
Código	Producto	Cantidad	Unidad	Mise en place	Técnica culinaria		Costo unitario	Costo total		
					Método de cocción	Aplicación				
001	harina de plátano	100	g			masa	\$ 1,60	\$ 0,40		
002	harina de trigo	50	g	tamizada		masa	\$ 0,50	\$ 0,06		
003	leche	250	ml			masa	\$ 0,50	\$ 0,13		
004	huevo	2	u			masa	\$ 0,10	\$ 0,20		
005	mantequilla	24	g			masa	\$ 0,70	\$ 0,04		
006	azúcar	24	g			masa	\$ 0,55	\$ 0,03		
Cálculos	Resultados		% Imprevisto			C. Variable		\$ 0,85		
C.I.F 30% (PV)	0,06			7%		% Varios		\$ 0,06		
∑. C.P= CxP + C.I.F	0,13		FC=1+D			Total		\$ 0,91		
U1=P.V.- ∑CP	0,07		D=10%			C. Pax		\$ 0,07		
U2=P.V.S-PV	0,00		CR=FC* CK		35%		C.M.P o Venta		\$ 0,35	
U neta= U1+U2	0,07					P.V		\$ 0,20		
						P.V.S		\$ 0,20		



Anexo E: Receta estándar masa base con harina de avena

 ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR 									
Nombre de la preparación: masa con harina de avena				Aporte energético:	Fecha de elaboración:		# Pax: 13		
Tipo de menú	Bebida	Entrada	Plato fuerte	Postre	Menú completo	Otros			
Conservación	Ambiente		Refrigeración	X	Congelación	Otros			
Código	Producto	Cantidad	Unidad	Mise en place	Técnica culinaria		Costo unitario	Costo total	
					Método de cocción	Aplicación			
001	harina de avena	100	g			masa	\$ 2,00	\$ 0,20	
002	harina de trigo	50	g	tamizada		masa	\$ 0,50	\$ 0,06	
003	leche	250	ml			masa	\$ 0,50	\$ 0,13	
004	huevo	2	u			masa	\$ 0,10	\$ 0,20	
005	mantequilla	24	g			masa	\$ 0,70	\$ 0,04	
006	azúcar	24	g			masa	\$ 0,55	\$ 0,03	
Cálculos		Resultados		% Imprevisto		C. Variable		\$ 0,65	
C.I.F 30% (PV)		0,05		7%		% Varios		\$ 0,05	
$\sum C.P = CxP + C.I.F$		0,10		FC=1+D		Total		\$ 0,69	
$U1 = PV - \sum CP$		0,05		D=10%		C. Pax		\$ 0,05	
$U2 = P.V.S - PV$		0,00		CR=FC*CK		C.M.P o Venta		\$ 0,35	
$U \text{ neta} = U1 + U2$		0,05				P.V		\$ 0,15	
						P.V.S		\$ 0,15	



Anexo F: Receta estándar crepé campestre

 ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR 									
Nombre de la preparación: crepé campestre					Aporte energético:	Fecha de elaboración:		# Pax: 1	
Tipo de menú	Bebida	Entrada	Plato fuerte	Postre	Menú completo	Otros			
Conservación	Ambiente		Refrigeración	X	Congelación	Otros			
Código	Producto	Cantidad	Unidad	Mise en place	Técnica culinaria		Costo unitario	Costo total	
					Método de cocción	Aplicación			
001	masa con esencia de almendras	45	g			masa	\$ 0,08	\$ 0,08	
002	jamón	30	g	medium dice		relleno	\$ 2,50	\$ 0,08	
003	queso fresco	20	g	rallado		relleno	\$ 2,15	\$ 0,09	
004	tocino	45	g	small dice		relleno	\$ 1,80	\$ 0,81	
005	orégano	2	g	molido		relleno-vinagreta	\$ 0,25	\$ 0,01	
006	cebolla	10	g	aros		ensalada	\$ 0,50	\$ 0,01	
007	tomate	0,5	u	small dice		ensalada	\$ 0,30	\$ 0,00	
008	lechuga crespa	7	g			ensalada	\$ 0,25	\$ 0,01	
009	sal	2	g			relleno	\$ 0,55	\$ 0,00	
010	pimienta	1	g	molido		relleno	\$ 1,50	\$ 0,02	
Cálculos	Resultados		% Imprevisto			C. Variable		\$ 1,10	
C.I.F 30% (PV)	1,01			7%		% Varios		\$ 0,08	
$\sum \frac{C.P}{C.I.F} +$	2,19		FC=1+D		Total		\$ 1,18		
$U1 = PV - \sum CP$	1,18		D=10%		C. Pax		\$ 1,18		
$U2 = P.V.S - PV$	0,00		CR=FC*CK		35%		C.M.P o Venta		
$U \text{ neta} = U1 + U2$	1,18				P.V		\$ 3,37		
					P.V.S		\$ 3,37		



Anexo G: Receta estándar crepé mar y tierra

 ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR 									
Nombre de la preparación: crepé mar y tierra					Aporte energético:	Fecha de elaboración:		# Pax:	1
Tipo de menú	Bebida	Entrada	Plato fuerte	Postre	Menú completo	Otros			
Conservación	Ambiente		Refrigeración	X	Congelación	Otros			
Código	Producto	Cantidad	Unidad	Mise en place	Técnica culinaria		Costo unitario	Costo total	
					Método de cocción	Aplicación			
001	masa con esencia de almendras	45	g			masa	\$ 0,08	\$ 0,08	
002	camarones	70	g	desvenados		relleno	\$ 3,50	\$ 0,54	
003	queso crema	25	g			relleno	\$ 2,60	\$ 0,26	
004	sal	2	g			relleno	\$ 0,55	\$ 0,00	
005	orégano	2	g	molido		relleno-ensalada	\$ 0,25	\$ 0,01	
006	albahaca	5	g			relleno	\$ 0,50	\$ 0,03	
007	aceite	10	ml			relleno-vinagreta	\$ 1,00	\$ 0,01	
008	espinaca	10	g			relleno	\$ 0,40	\$ 0,01	
009	cebolla	10	g	aros		ensalada	\$ 0,50	\$ 0,01	
010	tomate	0,5	u	small dice		ensalada	\$ 0,30	\$ 0,00	
011	lechuga crespita	7	g			ensalada	\$ 0,25	\$ 0,01	
012	pimienta	1	g	molida		relleno	\$ 1,50	\$ 0,02	
013	pollo	70	g	small dice		relleno	\$ 1,05	\$ 0,16	
Cálculos	Resultados	% Imprevisto			C. Variable		\$ 1,13		
C.I.F 30% (PV)	1,04			7%	% Varios		\$ 0,08		
$\sum C \cdot P = C \cdot I.F$	2,25	FC=1+D			Total		\$ 1,21		
$U1 = PV - \sum CP$	1,21	D=10%			C. Pax		\$ 1,21		
$U2 = P.V.S - PV$	0,00	CR=FC*CK		35%	C.M.P o Venta		\$ 0,35		
$U_{neta} = U1 + U2$	1,21				P.V		\$ 3,46		
					P.V.S		\$ 3,46		



Anexo H: Receta estándar choco crepé

 ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR 								
Nombre de la preparación: choco crepé				Aporte energético:	Fecha de elaboración:		# Pax:	1
Tipo de menú	Bebida	Entrada	Plato fuerte	Postre	Menú completo	Otros		
Conservación	Ambiente		Refrigeración	X	Congelación	Otros		
Código	Producto	Cantidad	Unidad	Mise en place	Técnica culinaria		Costo unitario	Costo total
					Método de cocción	Aplicación		
001	masa con esencia de almendras	45	g			masa	\$ 0,08	\$ 0,08
002	nutella	40	g			relleno	\$ 5,00	\$ 0,44
003	frutilla	30	g	small dice		relleno	\$ 1,00	\$ 0,07
004	guineo	30	g	rodajas		relleno	\$ 0,15	\$ 0,05
005	jarabe de fresas	20	ml			decoración	\$ 3,75	\$ 0,12
006	helado	40	g			decoración	\$ 4,50	\$ 0,20
007	azúcar impalpable	10	g			decoración	\$ 0,99	\$ 0,02
Cálculos	Resultados		% Imprevisto		C. Variable		\$ 0,97	
C.I.F 30% (PV)	0,89		7%		% Varios		\$ 0,07	
Σ C.P = CxP + C.I.F	1,93		FC=1+D		Total		\$ 1,04	
U1=PV-ΣCP	1,04		D=10%		C. Pax		\$ 1,04	
U2=P.V.S-PV	0,00		CR=FC*CK		35%		C.M.P o Venta	
U neta= U1+U2	1,04				P.V		\$ 2,97	
					P.V.S		\$ 2,97	



Anexo I: Receta estándar crepé de la casa

 ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR 								
Nombre de la preparación: crepé de la casa				Aporte energético:	Fecha de elaboración:	# Pax:	1	
Tipo de menú	Bebida	Entrada	Plato fuerte	Postre	Menú completo	Otros		
Conservación	Ambiente		Refrigeración	X	Congelación	Otros		
Código	Producto	Cantidad	Unidad	Mise en place	Técnica culinaria		Costo unitario	Costo total
					Método de cocción	Aplicación		
001	masa con esencia de almendras	45	g			masa	\$ 0,08	\$ 0,08
002	kiwi	35	g	rodajas		relleno	\$ 0,25	\$ 0,07
003	durazno	30	g	small dice		relleno	\$ 0,20	\$ 0,05
004	uva roja	25	g	small dice		relleno	\$ 1,50	\$ 0,08
005	guineo	20	g	rodajas		relleno	\$ 0,15	\$ 0,03
006	jarabe de chocolate	20	ml			decoración	\$ 3,50	\$ 0,11
007	helado	40	g			decoración	\$ 4,50	\$ 0,20
008	crema chantilly	10	g			decoración	\$ 1,49	\$ 0,15
009	canela	10	g	molida		decoración	\$ 1,25	\$ 0,06
010	leche	20	ml			decoración	\$ 0,50	\$ 0,01
Cálculos	Resultados		% Imprevisto			C. Variable	\$ 0,85	
C.I.F 30% (PV)	0,78			7%		% Varios	\$ 0,06	
Σ C.P = CxP + C.I.F	1,68		FC=1+D			Total	\$ 0,90	
U1=P.V.-ΣCP	0,90		D=10%			C. Pax	\$ 0,90	
U2=P.V.S.-PV	0,00		CR=FC*CK	35%		C.M.P o Venta	\$ 0,35	
U neta= U1+U2	0,90					P.V	\$ 2,58	
						P.V.S	\$ 2,58	



Anexo J: Receta estándar vegano crepé

 ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR 									
Nombre de la preparación: vegano crepé					Aporte energético:	Fecha de elaboración:		# Pax:	1
Tipo de menú	Bebida	Entrada	Plato fuerte	Postre	Menú completo	Otros			
Conservación	Ambiente		Refrigeración	X	Congelación	Otros			
Código	Producto	Cantidad	Unidad	Mise en place	Técnica culinaria		Costo unitario	Costo total	
					Método de cocción	Aplicación			
001	masa con harina de avena	45	g			masa	\$ 0,05	\$ 0,05	
002	espinaca	15	g			relleno	\$ 0,40	\$ 0,01	
003	aguacate	60	g			relleno	\$ 0,20	\$ 0,12	
004	sal	2	g			relleno-ensalada	\$ 0,55	\$ 0,00	
005	zanahoria	45	g	rallada		relleno	\$ 0,15	\$ 0,11	
006	orégano	2	g	molido		vinagreta	\$ 0,25	\$ 0,01	
007	cebolla	10	g	aros		ensalada	\$ 0,50	\$ 0,01	
008	tomate	0,5	u	small dice		ensalada	\$ 0,30	\$ 0,00	
009	lechuga crespita	7	g			ensalada	\$ 0,25	\$ 0,01	
010	aceite	5	g			vinagreta-relleno	\$ 1,00	\$ 0,01	
011	pimienta	1	g	molido		relleno	\$ 1,50	\$ 0,02	
012	mayonesa	20	g			relleno	\$ 0,99	\$ 0,10	
013	queso cheddar	20	g	small dice		relleno	\$ 2,95	\$ 0,20	
Cálculos	Resultados	% Imprevisto			C. Variable		\$ 0,64		
C.I.F 30% (PV)	0,59			7%	% Varios		\$ 0,05		
$\sum C.P = C \times P + C.I.F$	1,28	FC=1+D			Total		\$ 0,69		
$U1 = PV - \sum CP$	0,69	D=10%			C. Pax		\$ 0,69		
$U2 = P.V.S - PV$	0,00	CR=FC*CK		35%	C.M.P o Venta		\$ 0,35		
$U_{neta} = U1 + U2$	0,69				P.V		\$ 1,97		
					P.V.S		\$ 1,97		



Anexo K: Receta estándar crepé piña coco

 ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR 								
Nombre de la preparación: crepé piña coco				Aporte energético:	Fecha de elaboración:		# Pax:	1
Tipo de menú	Bebida	Entrada	Plato fuerte	Postre	Menú completo		Otros	
Conservación	Ambiente		Refrigeración	X	Congelación		Otros	
Código	Producto	Cantidad	Unidad	Mise en place	Técnica culinaria		Costo unitario	Costo total
					Método de cocción	Aplicación		
001	masa con harina de avena	45	g			masa	\$ 0,05	\$ 0,05
002	piña	35	g	small dice		relleno	\$ 1,50	\$ 0,11
003	coco	30	g	rallado		relleno	\$ 2,00	\$ 0,20
004	helado	40	g			decoración	\$ 4,50	\$ 0,20
005	crema chantilly	10	g			decoración	\$ 1,49	\$ 0,15
006	miel	25	ml			relleno	\$ 5,30	\$ 0,27
007	canela	10	g	molida		decoración	\$ 1,25	\$ 0,06
008	leche	30	ml			decoración	\$ 0,50	\$ 0,02
Cálculos	Resultados		% Imprevisto		C. Variable		\$ 1,05	
C.I.F 30% (PV)	0,96			7%	% Varios		\$ 0,07	
$\sum \frac{C.P}{C.I.F} +$	2,09		FC=1+D		Total		\$ 1,12	
$U1 = PV - \sum CP$	1,12		D=10%		C. Pax		\$ 1,12	
$U2 = P.V.S - PV$	0,00		CR=FC *CK	35%	C.M.P o Venta		\$ 0,35	
$U_{neta} = U1 + U2$	1,12				P.V		\$ 3,21	
					P.V.S		\$ 3,21	



Anexo L: Receta estándar crepé BBQ

 ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR 									
Nombre de la preparación: crepé BBQ					Aporte energético:	Fecha de elaboración:		# Pax:	1
Tipo de menú	Bebida	Entrada	Plato fuerte	Postre	Menú completo	Otros			
Conservación	Ambiente		Refrigeración	X	Congelación	Otros			
Código	Producto	Cantidad	Unidad	Mise en place	Técnica culinaria		Costo unitario	Costo total	
					Método de cocción	Aplicación			
001	masa con harina de avena	45	g			masa	\$ 0,05	\$ 0,05	
002	carne de cerdo	80	g	small dice		relleno	\$ 3,00	\$ 0,53	
003	salsa Bbq	30	ml			relleno	\$ 1,99	\$ 0,16	
004	brócoli	25	g			relleno	\$ 0,25	\$ 0,02	
005	zanahoria	20	g	small dice		relleno	\$ 0,10	\$ 0,03	
006	aceite	20	ml			relleno-vinagreta	\$ 1,00	\$ 0,03	
007	orégano	2	g	molido		vinagreta	\$ 0,25	\$ 0,01	
008	cebolla	10	g	aros		ensalada	\$ 0,50	\$ 0,01	
009	tomate	0,5	u	small dice		ensalada	\$ 0,30	\$ 0,00	
010	lechuga crespa	7	g			ensalada	\$ 0,25	\$ 0,01	
011	pimienta	1	g	molida		relleno	\$ 1,50	\$ 0,02	
012	sal	2	g			relleno	\$ 0,55	\$ 0,00	
013	jalapeño	5	g	molido		relleno	\$ 4,35	\$ 0,11	
Cálculos	Resultados	% Imprevisto			C. Variable		\$ 0,97		
C.I.F 30% (PV)	0,89			7%	% Varios		\$ 0,07		
$\sum C \cdot P = C \cdot I.F +$	1,93	FC=1+D			Total		\$ 1,04		
U1=P.V.- $\sum CP$	1,04	D=10%			C. Pax		\$ 1,04		
U2=P.V.S-PV	0,00	CR=FC*CK		35%	C.M.P o Venta		\$ 0,35		
U neta=U1+U2	1,04				P.V		\$ 2,97		
					P.V.S		\$ 2,97		



Anexo M: Receta estándar crispy crepé

 ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR 									
Nombre de la preparación: crispy crepé					Aporte energético:	Fecha de elaboración:	# Pax:	1	
Tipo de menú	Bebida	Entrada	Plato fuerte	Postre	Menú completo	Otros			
Conservación	Ambiente		Refrigeración	X	Congelación	Otros			
Código	Producto	Cantidad	Unidad	Mise en place	Técnica culinaria		Costo unitario	Costo total	
					Método de cocción	Aplicación			
001	masa con harina de avena	45	g			masa	\$ 0,05	\$ 0,05	
002	granola	30	g			relleno	\$ 1,25	\$ 0,19	
003	guineo	15	g	rodajas		relleno	\$ 0,15	\$ 0,02	
004	papaya	25	g	small dice		relleno	\$ 1,00	\$ 0,05	
005	leche condensada	15	ml			relleno	\$ 2,30	\$ 0,09	
006	jarabe de caramelo	15	ml			decoración	\$ 4,73	\$ 0,11	
007	helado	40	g			decoración	\$ 4,50	\$ 0,20	
008	azúcar impalpable	10	g			decoración	\$ 0,99	\$ 0,02	
Cálculos	Resultados		% Imprevisto			C. Variable		\$ 0,73	
C.I.F 30% (PV)	0,67			7%		% Varios		\$ 0,05	
Σ. C.P= CxP + C.I.F	1,45		FC=1+D		Total		\$ 0,78		
U1=PV-ΣCP	0,78		D=10%		C. Pax		\$ 0,78		
U2=P.V.S-PV	0,00		CR=FC*CK		35%		C.M.P o Venta		\$ 0,35
U neta= U1+U2	0,78					P.V		\$ 2,23	
							P.V.S		\$ 2,23



Anexo N: Receta estándar crepé a la bechamel

 ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR 									
Nombre de la preparación: crepé a la bechamel					Aporte energético:	Fecha de elaboración:		# Pax:	1
Tipo de menú	Bebida	Entrada	Plato fuerte	Postre	Menú completo	Otros			
Conservación	Ambiente		Refrigeración	X	Congelación	Otros			
Código	Producto	Cantidad	Unidad	Mise en place	Técnica culinaria		Costo unitario	Costo total	
					Método de cocción	Aplicación			
001	masa con harina de plátano	45	g			masa	\$ 0,07	\$ 0,07	
002	champiñones	50	g	media luna		relleno	\$ 1,90	\$ 0,32	
003	jamón	30	g	small dice		relleno	\$ 2,50	\$ 0,08	
004	harina de trigo	30	g	tamizada		salsa	\$ 0,40	\$ 0,03	
005	mantequilla	15	g			salsa	\$ 0,70	\$ 0,02	
006	leche	138	ml			salsa	\$ 0,50	\$ 0,07	
007	aceite	20	ml			relleno-vinagreta	\$ 1,00	\$ 0,03	
008	pollo	70	g	small dice		relleno	\$ 1,05	\$ 0,16	
009	orégano	2	g	molido		vinagreta	\$ 0,25	\$ 0,01	
010	cebolla	10	g	aros		ensalada	\$ 0,50	\$ 0,01	
011	tomate	0,5	u	small dice		ensalada	\$ 0,30	\$ 0,00	
012	lechuga crespas	7	g			ensalada	\$ 0,25	\$ 0,01	
013	pimienta	1	g	molida		relleno	\$ 1,50	\$ 0,02	
014	sal	2	g			relleno	\$ 0,55	\$ 0,00	
Cálculos	Resultados	% Imprevisto			C. Variable		\$ 0,81		
C.I.F 30% (PV)	0,74			7%	% Varios		\$ 0,06		
Σ C.P= CxP + C.I.F	1,61	FC=1+D			Total		\$ 0,87		
U1=P.V-ΣCP	0,87	D=10%			C. Pax		\$ 0,87		
U2=P.V.S-PV	0,00	CR=FC*CK		35%	C.M.P O VENTA		\$ 0,35		
U neta= U1+U2	0,87					P.V		\$ 2,48	
							P.V.S		\$ 2,48



Anexo Ñ: Receta estándar cheese crepé

 ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR 									
Nombre de la preparación: cheese crepé					Aporte energético:	Fecha de elaboración:		# Pax:	1
Tipo de menú	Bebida	Entrada	Plato fuerte	Postre	Menú completo	Otros			
Conservación	Ambiente		Refrigeración	X	Congelación	Otros			
Código	Producto	Cantidad	Unidad	Mise en place	Técnica culinaria		Costo unitario	Costo total	
					Método de cocción	Aplicación			
001	masa con harina de plátano	45	g			masa	\$ 0,07	\$ 0,07	
002	carne de res	40	g	molida		relleno	\$ 1,80	\$ 0,16	
003	pimiento amarillo	10	g	juliana		relleno	\$ 0,20	\$ 0,02	
004	queso fresco	20	g	rallado		relleno	\$ 2,15	\$ 0,09	
005	choclo dulce	10	g			relleno	\$ 1,78	\$ 0,04	
006	queso mozzarella	30	g	rallado		relleno	\$ 3,99	\$ 0,24	
007	aceite	18	ml			relleno-vinagreta	\$ 1,00	\$ 0,03	
009	orégano	2	g	molido		vinagreta	\$ 0,25	\$ 0,01	
010	cebolla	10	g	aros		ensalada	\$ 0,50	\$ 0,01	
011	tomate	0,5	u	small dice		ensalada	\$ 0,30	\$ 0,00	
012	lechuga cruesa	7	g			ensalada	\$ 0,25	\$ 0,01	
013	pimienta	1	g	molida		relleno	\$ 1,50	\$ 0,02	
014	sal	2	g			relleno	\$ 0,55	\$ 0,00	
015	queso parmesano	20	g			relleno	\$ 3,00	\$ 0,20	
Cálculos	Resultados		% Imprevisto			C. Variable		\$ 0,89	
C.I.F 30% (PV)	0,82			7%		% Varios		\$ 0,06	
$\sum C.P = CxP + C.I.F$	1,77		FC=1+D			Total		\$ 0,95	
$U1 = PV - \sum CP$	0,95		D=10%			C. Pax		\$ 0,95	
$U2 = P.V.S - PV$	0,00		CR=FC*CK		35%		C.M.P o Venta		\$ 0,35
$U_{neta} = U1 + U2$	0,95					P.V		\$ 2,72	
								P.V.S	\$ 2,72



Anexo O: Receta estándar crepé de frutos ojos

 ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR 									
Nombre de la preparación: crepé de frutos rojos				Aporte energético:	Fecha de elaboración:		# Pax:	1	
Tipo de menú	Bebida	Entrada	Plato fuerte	Postre	Menú completo	Otros			
Conservación	Ambiente		Refrigeración	X	Congelación	Otros			
Código	Producto	Cantidad	Unidad	Mise en place	Técnica culinaria		Costo unitario	Costo total	
					Método de cocción	Aplicación			
001	masa con harina de plátano	45	g			masa	\$ 0,07	\$ 0,07	
002	frutilla	25	g	small dice		relleno	\$ 1,00	\$ 0,06	
003	arándanos	35	g	small dice		relleno	\$ 2,00	\$ 0,28	
004	jalea de mora	20	ml			decoración	\$ 3,50	\$ 0,23	
005	jarabe de chocolate	15	ml			decoración	\$ 3,50	\$ 0,08	
006	helado	40	g			decoración	\$ 4,50	\$ 0,20	
007	azúcar impalpable	10	g			decoración	\$ 0,99	\$ 0,02	
008	Mora	25	G	Cuartos		Bebida	\$ 1,30	\$ 0,07	
Cálculos	Resultados		% Imprevisto			C. Variable		\$ 1,01	
C.I.F 30% (PV)	0,93			7%		% Varios		\$ 0,07	
Σ. C.P= CxP + C.I.F	2,01		FC=1+D			Total		\$ 1,08	
U1=PV-ΣCP	1,08		D=10%			C. Pax		\$ 1,08	
U2=P.V.S-PV	0,00		CR=FC*CK	35%		C.M.P o Venta		\$ 0,35	
U neta= U1+U2	1,08					P.V		\$ 3,09	
								P.V.S	\$ 3,09



Anexo P: Receta estándar crepé de manzana

 ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR 								
Nombre de la preparación: crepé de manzana caramelizada				Aporte energético:	Fecha de elaboración:		# Pax:	1
Tipo de menú	Bebida	Entrada	Plato fuerte	Postre	Menú completo		Otros	
Conservación	Ambiente		Refrigeración	X	Congelación		Otros	
Código	Producto	Cantidad	Unidad	Mise en place	Técnica culinaria		Costo unitario	Costo total
					Método de cocción	Aplicación		
001	masa con harina de plátano	45	g			masa	\$ 0,07	\$ 0,07
002	manzana	80	g	small dice		relleno	\$ 0,20	\$ 0,16
003	canela	10	g	molida		relleno-decoración	\$ 1,25	\$ 0,06
004	azúcar	40	g			relleno	\$ 0,50	\$ 0,04
005	manjar	35	g			relleno	\$ 1,15	\$ 0,16
006	helado	40	g			decoración	\$ 4,50	\$ 0,20
007	jarabe de mora	25	ml			decoración	\$ 5,00	\$ 0,19
Cálculos	Resultados		% Imprevisto		C. Variable		\$ 0,89	
C.IF 30% (PV)	0,82			7%	% Varios		\$ 0,06	
$\sum C.P = CxP + C.IF$	1,77		FC=1+D		Total		\$ 0,95	
$U1 = PV - \sum CP$	0,95		D=10%		C. Pax		\$ 0,95	
$U2 = P.V.S - PV$	0,00		CR=FC*CK		35%		C.M.P o Venta	
$U_{neta} = U1 + U2$	0,95				P.V		\$ 2,72	
					P.V.S		\$ 2,72	



Anexo Q: Receta estándar milkshake de mora

 ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR 									
Nombre de la preparación: milkshake de mora					Aporte energético:	Fecha de elaboración:		# Pax:	1
Tipo de menú	Bebida x	Entrada	Plato fuerte	Postre	Menú completo		Otros		
Conservación	Ambiente		Refrigeración	X	Congelación		Otros		
Código	Producto	Cantidad	Unidad	Mise en place	Técnica culinaria		Costo unitario	Costo total	
					Método de cocción	Aplicación			
001	leche	150	ml	hervida		bebida	\$ 0,50	\$ 0,08	
002	azúcar	24	g			bebida	\$ 0,50	\$ 0,03	
003	mora	70	g			bebida	\$ 1,30	\$ 0,20	
004	helado	30	g			bebida	\$ 4,50	\$ 0,15	
005	canela	3	g	molida		bebida	\$ 4,50	\$ 0,07	
Cálculos	Resultados		% Imprevisto			C. Variable		\$ 0,52	
C.I.F 30% (PV)	0,48			7%		% Varios		\$ 0,04	
$\sum C.P = CxP + C.I.F$	1,03		FC=1+D			Total		\$ 0,56	
$U1 = PV - \sum CP$	0,56		D=10%			C. Pax		\$ 0,56	
$U2 = P.V.S - PV$	0,00		CR=FC*CK	35%		C.M.P o Venta		\$ 0,35	
$U \text{ neta} = U1 + U2$	0,56					P.V		\$ 1,59	
						P.V.S		\$ 1,59	



Anexo R: Receta estándar milkshake de frutilla

 ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR 								
Nombre de la preparación: milkshake de frutilla				Aporte energético:	Fecha de elaboración:		# Pax:	1
Tipo de menú	Bebida x	Entrada	Plato fuerte	Postre	Menú completo		Otros	
Conservación	Ambiente		Refrigeración	X	Congelación		Otros	
Código	Producto	Cantidad	Unidad	Mise en place	Técnica culinaria		Costo unitario	Costo total
					Método de cocción	Aplicación		
001	helado	30	g			bebida	\$ 4,50	\$ 0,15
002	leche	150	ml	hervida		bebida	\$ 0,50	\$ 0,08
003	azúcar	24	g			bebida	\$ 0,50	\$ 0,03
004	frutilla	60	g			bebida	\$ 1,00	\$ 0,13
005	canela	3	g	molida		bebida	\$ 4,50	\$ 0,07
Cálculos	Resultados		% Imprevisto			C. Variable		\$ 0,45
C.IF 30% (PV)	0,41			7%		% Varios		\$ 0,03
Σ. C.P= CxP + C.IF	0,90		FC=1+D			Total		\$ 0,48
U1=P.V.- ΣCP	0,48		D=10%			C. Pax		\$ 0,48
U2=P.V.S-PV	0,00		CR=FC* CK			C.M.P o Venta		\$ 0,35
U neta= U1+U2	0,48					P.V		\$ 1,38
						P.V.S		\$ 1,38



Anexo S: Receta estándar milkshake de guineo

 ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR 								
Nombre de la preparación: milkshake de guineo				Aporte energético:	Fecha de elaboración:		# Pax: 1	
Tipo de menú	Bebida x	Entrada	Plato fuerte	Postre	Menú completo	Otros		
Conservación	Ambiente		Refrigeración	X	Congelación	Otros		
Código	Producto	Cantidad	Unidad	Mise en place	Técnica culinaria		Costo unitario	Costo total
					Método de cocción	Aplicación		
001	helado	30	g			bebida	\$ 4,50	\$ 0,15
002	leche	150	ml	hervida		bebida	\$ 0,50	\$ 0,08
003	azúcar	24	g			bebida	\$ 0,50	\$ 0,03
004	guineo	1	u	pelado		bebida	\$ 0,15	\$ 0,15
005	canela	3	g	molida		bebida	\$ 4,50	\$ 0,07
Cálculos	Resultados		% Imprevisto			C. Variable		\$ 0,47
C.I.F 30% (PV)	0,43			7%		% Varios		\$ 0,03
∑. C.P= CxP + C.I.F	0,93		FC=1+D			Total		\$ 0,50
U1=P.V.- ∑CP	0,50		D=10%			C. Pax		\$ 0,50
U2=P.V.S-PV	0,00		CR=FC* CK			C.M.P o Venta		\$ 0,35
U neta= U1+U2	0,50					P.V		\$ 1,43
						P.V.S		\$ 1,43



Anexo T: Receta estándar café espresso

 ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR 								
Nombre de la preparación: café espresso				Aporte energético:	Fecha de elaboración:		# Pax:	1
Tipo de menú	Bebida x	Entrada	Plato fuerte	Postre	Menú completo		Otros	
Conservación	Ambiente	X	Refrigeración		Congelación		Otros	
Código	Producto	Cantidad	Unidad	Mise en place	Técnica culinaria		Costo unitario	Costo total
					Método de cocción	Aplicación		
001	café	12	g	molido	directa	bebida	\$ 5,50	\$ 0,17
002	agua	40	ml		directa	bebida		
Cálculos	Resultados		% Imprevisto			C. Variable		\$ 0,17
C.I.F 30% (PV)	0,15			7%		% Varios		\$ 0,01
Σ. C.P= CxP + C.I.F	0,33		FC=1+D			Total		\$ 0,18
U1=PV-ΣCP	0,18		D=10%			C. Pax		\$ 0,18
U2=P.V.S-PV	0,00		CR=FC*CK	35%		C.M.P o Venta		\$ 0,35
U neta= U1+U2	0,18					P.V		\$ 0,50
						P.V.S		\$ 0,50



Anexo U: Receta estándar café mocaccino

 ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR 								
Nombre de la preparación: café mocaccino				Aporte energético:	Fecha de elaboración:		# Pax:	1
Tipo de menú	Bebida x	Entrada	Plato fuerte	Postre	Menú completo		Otros	
Conservación	Ambiente	X	Refrigeración		Congelación		Otros	
Código	Producto	Cantidad	Unidad	Mise en place	Técnica culinaria		Costo unitario	Costo total
					Método de cocción	Aplicación		
001	café expreso	42	g		directa	bebida	\$ 0,18	\$ 0,18
002	leche	130	ml	aireada	directa	bebida	\$ 0,50	\$ 0,07
003	chocolate	40	g	polvo	directa	bebida	\$ 3,85	\$ 0,34
Cálculos	Resultados		% Imprevisto			C. Variable		\$ 0,58
C.I.F 30% (PV)	0,53			7%		% Varios		\$ 0,04
Σ. C.P= CxP + C.I.F	1,15		FC=1+D			Total		\$ 0,62
U1=P.V.- ΣCP	0,62		D=10%			C. Pax		\$ 0,62
U2=P.V.S-PV	0,00		CR=FC* CK	35%		C.M.P o Venta		\$ 0,35
U neta= U1+U2	0,62					P.V		\$ 1,78
						P.V.S		\$ 1,78

Anexo V: Receta estándar café capuccino

 ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR 								
Nombre de la preparación: café capuccino				Aporte energético:	Fecha de elaboración:		# Pax:	1
Tipo de menú	Bebida x	Entrada	Plato fuerte	Postre	Menú completo		Otros	
Conservación	Ambiente	X	Refrigeración		Congelación		Otros	
Código	Producto	Cantidad	Unidad	Mise en place	Técnica culinaria		Costo unitario	Costo total
					Método de cocción	Aplicación		
001	café	35	g	molido	directa	bebida	\$ 5,50	\$ 0,48
002	leche	130	ml	aireada	directa	bebida	\$ 0,50	\$ 0,07
003	canela	3	g	molida		bebida	\$ 1,25	\$ 0,02
Cálculos	Resultados		% Imprevisto			C. Variable		\$ 0,57
C.I.F 30% (PV)	0,52			7%		% Varios		\$ 0,04
Σ. C.P= CxP + C.I.F	1,12		FC=1+D			Total		\$ 0,60
U1=PV-ΣCP	0,60		D=10%			C. Pax		\$ 0,60
U2=P.V.S-PV	0,00		CR=FC*CK	35%		C.M.P o Venta		\$ 0,35
U neta= U1+U2	0,60					P.V		\$ 1,73
						P.V.S		\$ 1,73

Anexo W: Receta estándar café americano

 ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR 								
Nombre de la preparación: café americano				Aporte energético:	Fecha de elaboración:		# Pax:	1
Tipo de menú	Bebida x	Entrada	Plato fuerte	Postre	Menú completo		Otros	
Conservación	Ambiente	X	Refrigeración		Congelación		Otros	
Código	Producto	Cantidad	Unidad	Mise en place	Técnica culinaria		Costo unitario	Costo total
					Método de cocción	Aplicación		
001	café	35	g	molido	directa	bebida	\$ 5,50	\$ 0,48
002	agua	135	ml		directa	bebida		
Cálculos	Resultados		% Imprevisto			C. Variable		\$ 0,48
C.I.F 30% (PV)	0,44			7%		% Varios		\$ 0,03
$\sum C_x P = C_x P + C.I.F$	0,96		FC=1+D			Total		\$ 0,51
$U1 = PV - \sum CP$	0,51		D=10%			C. Pax		\$ 0,51
$U2 = P.V.S - PV$	0,00		CR=FC*CK	35%		C.M.P o Venta		\$ 0,35
U neta= U1+U2	0,51					P.V		\$ 1,47
						P.V.S		\$ 1,47

BIENVENIDA

¡Hola! Mucho gusto, para la empresa “Santo Crepé” es un placer darte la más cordial bienvenida.

Queremos transmitirte que estamos felices que seas parte de nuestra familia, nos sentimos muy afortunados de poder contar contigo y por supuesto con tu gran trabajo. Durante las próximas semanas aprenderás lo necesario para laborar en nuestra empresa ya que al sentirte parte de ella podrás desempeñar todas tus funciones a la perfección y disfrutarás compartir esta gran experiencia.

Como un nuevo miembro, nosotros hemos preparado este manual para que conozcas más sobre nuestra organización, y para ayudar a contestar cualquier pregunta inicial que puedas tener. Siempre vamos a estar dispuestos ayudarte, como FAMILIA, para eso estamos.

Una vez más, bienvenido a tu nuevo hogar

“Santo Crepé” - Sabores que encantan.

INTRODUCCIÓN

El mercado actual se encuentra en constante cambio y evolución, por ello crea nuevas tendencias. Las empresas sean grandes, medianas o pequeñas deberán adaptarse y estar preparadas para responder oportuna y eficazmente frente a las necesidades de los clientes, buscando siempre que la empresa avance mediante el cumplimiento óptimo de objetivos.

Los métodos utilizados dentro de la empresa para el logro de resultados deberán ser eficientes, permitiendo ofrecer productos y servicios del más alto nivel acorde a las necesidades del mercado al cual estamos dirigidos.

El manual está estructurado de la siguiente manera:

En la primera parte, se muestra el perfil empresarial, así como una presentación formal, el mensaje de bienvenida además de explicar brevemente quienes somos. En la segunda parte, la estructura organizacional con las funciones de cada departamento. Y en la tercera parte, se presenta los procedimientos internos, comportamientos, condiciones de trabajo, derechos y obligaciones que el trabajador deberá cumplir según el puesto en que laborará.

En este documento se encontrará toda la información necesaria que servirá para que todos los procesos se cumplan con los más altos índices de eficiencia y eficacia, arrojando resultados positivos para el cumplimiento de metas del establecimiento.

DATOS DE LA EMPRESA

Misión

Santo Crepé brindará a los clientes un servicio distinguido en un ambiente rústico con un estilo innovador, utilizando harinas saborizadas y materia prima de la localidad; el cual hará que su visita se convierta en una experiencia inolvidable.

Visión

Ser reconocidos dentro de 2 años como la mejor y más exclusiva crepería de la ciudad, convirtiéndonos así en la primera opción de nuestros clientes, con calidad y calidez en todos nuestros productos con un excelente servicio.

Valores

- Compromiso
- Respeto
- Excelencia
- Puntualidad
- Solidaridad

Principios

- Familia
- Igualdad
- Amor

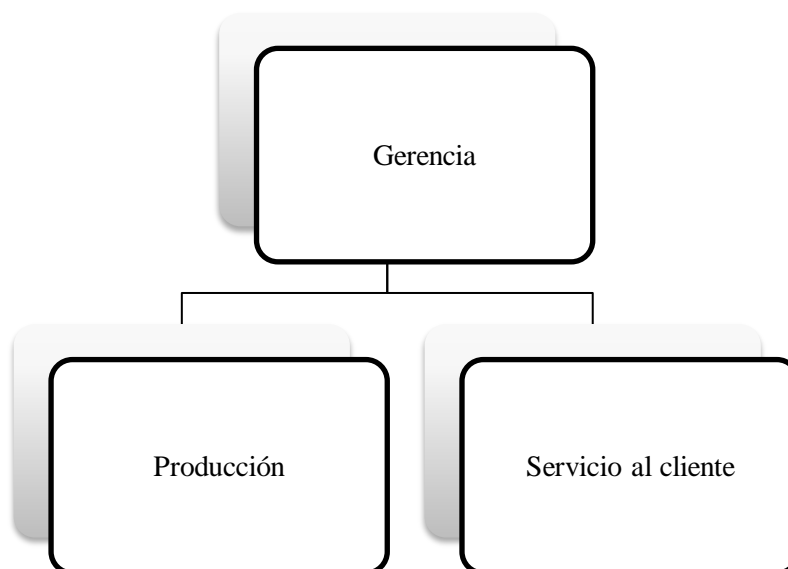
Políticas y estrategias

POLÍTICAS	ESTRATEGIAS
Personal Capacitado	Organizar las actividades de acuerdo a cada cargo y función del personal por medio del manual de funciones.
	Dos veces al mes, el personal recibirá charlas motivacionales y de capacitación (otorgadas por la empresa) tanto de servicio al cliente como de seguridad e higiene alimentaria.
	Si el empleado requiere una capacitación más profunda de acuerdo a sus funciones, se le otorgará el debido permiso.
Más que empleados, familia	Los días decretados feriado se procederá a realizar un sorteo para que alguno de ellos no trabaje.
	Cada 6 meses habrá un día recreacional con ellos, realizando actividades deportivas y extremas con el fin compartir gratos momentos.
	Los empleados tendrán el día libre para su cumpleaños adicional a esto podrán celebrarlo con su familia y amigos en nuestro local totalmente gratis.
Atención al cliente	Los empleados contarán con una excelente imagen, para lo cual se les brindará uniformes cómodos y de calidad.
	El local contará con un buzón de sugerencias, en donde el cliente podrá emitir su agrado, desagrado o recomendaciones sobre el producto y servicio prestado.
	Para la comodidad de los clientes, se contará con servicio a domicilio, el cual un conductor sumamente responsable cumplirá con la función de repartidor, llegando así a fidelizar clientes.

ORGANIGRAMAS

Los organigramas representan gráficamente la estructura de una empresa, en donde se indica de una forma simplificada las áreas que la componen, las jerarquías, las relaciones que hay entre ellas y las operaciones que se realizan.

Organigrama estructural



Leyenda

Nivel de dirección: |

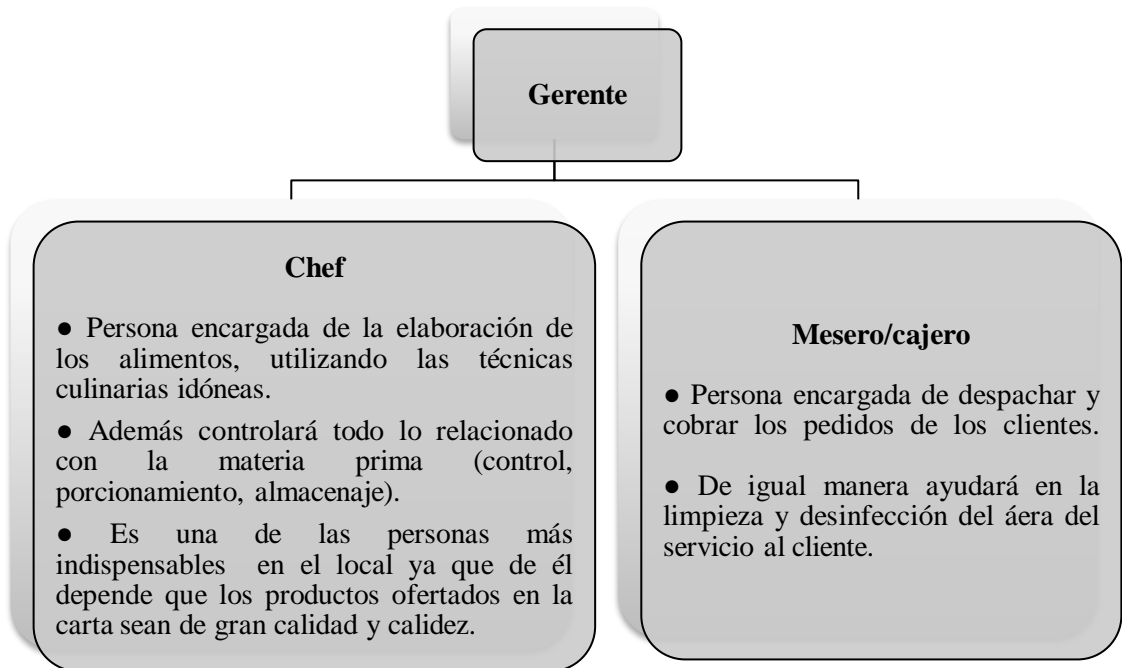
Nivel de operación: L

Elaborado por: Diana Chela

Fecha de elaboración: 22/11/2018

Aprobado por: Gerencia

Organigrama funcional



Leyenda

Nivel de dirección: |

Nivel de operación: L

Elaborado por: Diana Chela

Fecha de elaboración: 22/11/2018

Aprobado por: Gerencia

FUNCIONES

El local estará a cargo del gerente general, el cual dirige y controla los procesos del área financiera y de producción. Seguidamente del chef ejecutivo quien formará parte directa del personal de planta en la producción de alimentos y bebidas, en el área de servicio; el mesero cumplirá con la función de servicio al cliente.

Área de producción

Chef

- Controlará la compra y recepción de materia prima.
- Preparará los alimentos ofrecidos en la carta.
- Limpiará y desinfectará el área de cocina.
- Realizará el inventario de materia prima

Área de servicio

Mesero / cajero

- Ofrecerá y despachará los productos a los clientes.
- Cobrará el valor respectivo de las órdenes de consumo.
- Realizará la apertura y cierre de caja diariamente con los debidos documentos como respaldo.
- Hará la limpieza y desinfección del área del servicio al cliente.

OBLIGACIONES

Jornada de trabajo

Todos los empleados deberán estar con al menos 15 minutos de anticipación previo a iniciar su jornada laboral, con el fin de realizar actividades previas; como cambiarse de ropa y marcar su hora de entrada. Evitando así retrasos en el inicio de sus tareas.

Uniforme

El personal contará con un uniforme adecuado según el área de trabajo en la que laborará. Su uniforme deberá estar impecable, garantizando así la inocuidad e higiene del personal y por ende de los alimentos.

Chef

- Chaqueta negra o blanca
- Pantalón mil cuadros
- Zapatos antideslizantes
- Malla para cabello
- Gorra
- Faldón

Mesero / cajero

- Camisa polo color rojo

- Pantalón de tela color negro
- Zapatos color negro
- Faldón
- Malla para el cabello
- Gorra

NOTA: a la entrada y salida de la jornada de trabajo, el empleado deberá hacerlo con ropa civil, es decir, sin llevar puesta ninguna prenda del uniforme en la que se represente al establecimiento. Por parte del establecimiento, los empleados recibirán 2 paradas de uniformes, una vez que este deje de laborar definitivamente, tendrá que hacer entrega de la indumentaria completa.

LAVADO Y DESINFECCIÓN DE MANOS

La limpieza y desinfección de manos es fundamental en la industria alimentaria. Los manipuladores de alimentos deben tener claras las normas de higiene que deben implementarlas durante las preparaciones y elaboraciones de los productos. Por ello dentro del establecimiento, se tiene a disposición jabón líquido y gel antiséptico en los lugares como: cocina, servicio y baño para ejecutar este proceso.

Lavado de manos

¿Cómo lavarse las manos?

¡Lávese las manos solo cuando estén visiblemente sucias! Si no, utilice la solución alcohólica

0 Duración de todo el procedimiento: 40-60 segundos



Mójese las manos con agua;



Deposite en la palma de la mano una cantidad de jabón suficiente para cubrir todas las superficies de las manos;



Frótese las palmas de las manos entre sí;



Frótese la palma de la mano derecha contra el dorso de la mano izquierda entrelazando los dedos y viceversa;



Frótese las palmas de las manos entre sí, con los dedos entrelazados;



Frótese el dorso de los dedos de una mano con la palma de la mano opuesta, agarrándose los dedos;



Frótese con un movimiento de rotación el pulgar izquierdo, atrapándolo con la palma de la mano derecha y viceversa;



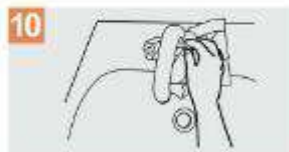
Frótese la punta de los dedos de la mano derecha contra la palma de la mano izquierda, haciendo un movimiento de rotación y viceversa;



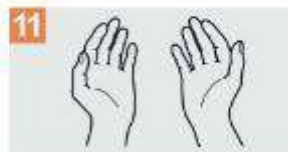
Enjuáguese las manos con agua;



Séquese con una toalla desechable;



Sírvase de la toalla para cerrar el grifo;



Sus manos son seguras.

¿Cómo desinfectarse con alcohol gel las manos?

¡Desinfectese las manos por higiene! Lávese las manos solo cuando estén visiblemente sucias

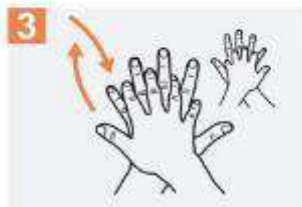
 Duración de todo el procedimiento: 20-30 segundos



1a Deposite en la palma de la mano una dosis de producto suficiente para cubrir todas las superficies;



2 Frótese las palmas de las manos entre sí;



3 Frótese la palma de la mano derecha contra el dorso de la mano izquierda entrelazando los dedos y viceversa;



4 Frótese las palmas de las manos entre sí, con los dedos entrelazados;



5 Frótese el dorso de los dedos de una mano con la palma de la mano opuesta, agarrándose los dedos;



6 Frótese con un movimiento de rotación el pulgar izquierdo, atrapándolo con la palma de la mano derecha y viceversa;



7 Frótese la punta de los dedos de la mano derecha contra la palma de la mano izquierda, haciendo un movimiento de rotación y viceversa;



8 Una vez secas, sus manos son seguras.

NORMAS EN EL ÁREA DE COCINA

Higiene

- Utilizar el uniforme completo durante toda su jornada de trabajo.
- Al terminar el servicio, ordenar los utensilios de trabajo.
- Limpiar el piso mínimo 3 veces durante la jornada laboral, y siempre que se haya ensuciado o salpicado cualquier sustancia.
- Limpiar la campana extractora de olores, al menos 1 vez a la semana.
- Mantener la vajilla, cristalería, maquinaria, equipo y utensilios, secos después de ser lavados.
- No utilizar joyas o accesorios que puedan caerse en los alimentos.
- Si es necesario, utilizar mascarilla.
- En caso de heridas, especialmente en manos, realizar inmediatamente la curación necesaria.
- Mantener siempre las uñas limpias y de un tamaño corto.
- Mantener los basureros de desechos tapados a toda hora.

Proveedores

Al iniciar actividades comerciales con algún proveedor se deberá llenar el registro de proveedores con los datos del mismo y mantenerlo actualizado para poder facilitar el contacto para los respectivos pedidos, devoluciones, cambios, etc.

REGISTRO DE PROVEEDOR	
Datos Generales	
Nombre de la empresa	Teléfono de la empresa
E-mail	Dirección
Nombre del visitante	Celular

Tipo de Productos	
Perecederos	No perecederos
Datos Financieros	
Entidad financiera	Tipo de cuenta bancaria
Número de cuenta	Modo de Pago
Fecha de Registro:	

Requisición de materia prima

La orden de compra será manejada únicamente por el chef, quien después de verificar las existencias actuales y las necesidades de cada área la llenará de acuerdo a la cantidad que considere necesaria, y la entregará al gerente para que se comunique con los proveedores y haga el pedido correspondiente.

ORDEN DE COMPRA			
Datos del proveedor:			N° de orden de compra
Fecha:		Fecha de entrega:	Forma de pago:
Unidad	Cantidad	Producto	Especificaciones
Realizado por			

Al momento de recibir la materia prima de los proveedores, se deberá de comparar con la factura para evitar que la materia prima llegue en cantidades, pesos y condiciones indeseadas. En caso de no coincidir, avisar al gerente para autorizar o prohibir su recepción.

- Comprobar que todas las fundas, bolsas, frascos y demás envases de los productos estén sanos y sin alteraciones.
- Verificar la fecha de caducidad de todos los productos, asegurando que la fecha no sea corta o que no esté caducada.
- Tener extrema precaución al momento de recibir productos enlatados, pues están expuestos a tener contaminación química. Para esto debemos verificar que cumplan las siguientes características; caso contrario devolverlas:
- No tener óxido o abolladuras en todo su cuerpo.
- Estar correctamente selladas y etiquetadas.
- No estar hinchados.

Almacenamiento de materia prima

CARNES	CARACTERISTICAS	TEMPERATURA		EVITAR
		FRESCO	CONGELADO	
Res	Color rojo vivo u oscuro, sin olores raros, textura firme.	5°C	-18°C	Color marrón, verde, negro, rojo oscuro o lila; textura babosa; malos olores.
Cerdo	Color de carne rosa claro, grasa blanca, sin olores raros, textura firme.	5°C	-18°C	Color marrón, verde, negro, rojo oscuro o lila; textura babosa; malos olores.
Aves	Color claro, piel amarilla o blanca, sin olores raros, textura firme.	5°C	-18°C	Textura blanda; presencia de sustancias pegajosas; color verdoso o violeta; puntas de las alas oscurecidas; olores raros; existencia de plumas no aceptables.

- Las perchas donde se almacenarán la materia prima deberá estar separado de las paredes, lejos de cualquier tubería o ducto de aire, y separado del piso al menos a 15cm.
- Almacenar inmediata y adecuadamente todos los productos que acaban de ser recibidos.
- Almacenar los productos nuevos detrás de los antiguos, para evitar confusiones y respetar el sistema PEPS (primero en entrar primero en salir), el cual se manejará siempre.

Manipulación de alimentos

Durante la manipulación de los alimentos, se debe tener muy en cuenta la importancia que tiene este parámetro, pues es aquí en donde se mantendrá la calidad del producto, evitando problemas a la salud que se puedan llegar a generar por el consumo de estos.

Evitar los distintos tipos de contaminación, estas pueden ser:

- **Química:** Generalmente se da en el lugar de producción de la materia prima a causa de sustancias químicas: pesticidas, plaguicidas.
- **Biológica:** Se da por la presencia de virus y bacterias que se reproducen rápidamente y afecta a quien consuma el producto contaminado.
- **Física:** Este tipo de contaminación se genera debido a que el producto se vio afectado por trozos o pedazos de madera, vidrio, metal, plástico.

Se recomienda:

- Lavarse y desinfectarse las manos constantemente luego de cada actividad o por lo menos una vez cada hora.
- Mantener limpio a toda hora el área de trabajo.
- Utilizar las tablas de cocina de acuerdo al color para el que están hechos. (Roja: carnes crudas y embutidos, azul: pescados y mariscos, amarilla: aves, verde: frutas y verduras, blanca: productos lácteos).
- Lavar las tablas de picar y cuchillos, luego de cada utilización.

Seguridad

- Verificar el cierre de los conductos de gas cuando no se los utiliza.
- Evitar meter las manos en licuadoras y procesadores, en caso de hacerlo asegurarse que la máquina este desconectada.

- Desconectar los equipos que no se utilicen y que puedan causar accidentes al accionarlos involuntariamente. Conectarlos únicamente previo a su uso.
- Verificar que los pisos estén secos en todo momento.
- Colocar siempre los cuchillos en el soporte magnético.

NORMAS EN EL ÁREA DE SERVICIO

Higiene

- Mantener los limpiadores, bandejas, mesas, manteles, pisos, paredes y estantes limpios a toda hora.
- Lavarse y desinfectarse las manos constantemente luego de cada actividad. Durante el servicio, antes de arreglar las mesas, luego de servir cada plato, etc.
- Mantener las uñas limpias y cortas.
- Recogerse el cabello y colocarse una malla.
- Revisar que los baños se encuentren en buen estado.
- Retirarse el faldón y chaleco en caso de acudir al baño.
- Mantener los basureros tapados a toda hora.

Atención al cliente

- Saludar y dar la bienvenida a todo aquel que ingrese al establecimiento, de igual manera agradecer y despedirse al momento de su salida.
- Mantener siempre una sonrisa cordial y ser amable en todo momento.
- Asegurarse que la mesa ofrecida este completamente limpia y montada.
- Entregar la carta al cliente y esperar un tiempo prudente para que este haga su elección.
- Repetir el pedido al cliente con el fin de cerciorarse que esté correcta.

Seguridad

- Mantener secos los pisos para evitar tropiezos o resbalones.
- Cuando se esté limpiando y el piso este mojado, colocar el aviso correspondiente.
- En caso de tener niños en el área, pedir que no corran por el restaurante.

REGLAMENTO INTERNO

CAPÍTULO I: ALCANCE DEL REGLAMENTO

1. El presente reglamento rige a todas las personas quienes laboren dentro del establecimiento.
2. Todos los empleados deberán conocer las disposiciones de este reglamento desde el momento en que ingresan a laborar en el establecimiento.
3. El establecimiento facilitará este documento para todo el personal, con el fin que sea de conocimiento general.

CAPÍTULO II: JORNADA DE TRABAJO

4. Todo el personal deberá firmar el registro de entrada y salida, previo al inicio de actividades y al momento de finalizar su jornada, para esto deberán estar colocados adecuadamente sus informes de trabajo.
5. El personal tiene prohibido ingresar o sacar de la empresa, utensilios o materiales, bajo ningún concepto. Si requiere algún arreglo o perfeccionamiento se lo deberá hacer dentro de la empresa.
6. Todo el personal contará con una hora para consumir sus alimentos.

7. El personal deberá cumplir con las tareas que indica el manual de funciones además de las exigencias que demanda su puesto de trabajo, demostrando eficiencia y eficacia en todo momento.
8. El personal deberá mantener una armonía y constante comunicación entre ellos, permitiendo incrementar el grado de efectividad en sus actividades.
9. Ningún trabajador deberá entrar en discusiones con los clientes o compañeros de trabajo bajo ningún concepto; en caso de existir algún problema, avisar inmediatamente a su superior para que lo resuelva.

CAPITULO III: DÍAS FESTIVOS, DE DESCANSO Y VACACIONES

10. El personal que labore en fechas declaradas como festivas o de descanso a nivel nacional, recibirán una remuneración extra de acuerdo a la ley.
11. Todo el personal será acreedor a vacaciones anuales remuneradas, de acuerdo lo manda la ley.

CAPÍTULO IV: PERMISOS PARA FALTAR

12. Se aceptará faltar injustificadamente, en casos fortuitos y de fuerza mayor, que sean comprobados con documentos legales que lo justifiquen.
13. En caso de no entregar el justificante, o no presentar el documento escrito dentro del tiempo indicado, será considerada como falta injustificada.
14. En caso de presentarse alguna situación durante su jornada laboral, que le impidan finalizar, deberán informar inmediatamente para autorizar su salida. Este hecho no conlleva a ninguna sanción.

CAPÍTULO V: PAGO DE SUELDOS

15. El pago de los sueldos se los hará mensualmente en las fechas indicadas.

16. Los pagos serán hechos directamente al trabajador, al finalizar la jornada laboral y dentro del establecimiento.
17. En caso que el empleado no pudiese cobrar y designara a una tercera persona para que lo haga, deberá hacerlo presentando un poder y copia de cedula del empleado y de quien cobra.

CAPÍTULO VI: HIGIENE Y SEGURIDAD LABORAL

18. Todo el personal deberá conocer el manual de procesos, donde se indica las medidas que se debe tomar para mantener la seguridad del personal y clientes, higiene del establecimiento y alimentos, y normas de comportamiento.
19. En caso de sufrir algún accidente dentro de la jornada laboral, se deberá dar aviso inmediato para tomar las acciones pertinentes.
20. Todo el personal se deberá someter a exámenes que garanticen la higiene y seguridad alimentaria, cada 6 meses, o cuando la empresa lo considere necesario.

CAPÍTULO VII: PROHIBICIONES

21. Las siguientes indicaciones son de estricto cumplimiento para todo el personal, y su no acatamiento será motivo de sanción.
 - No fumar ni ingerir bebidas alcohólicas dentro de la jornada laboral.
 - No abandonar su área de trabajo, esta deberá estar atendida todo el tiempo.
 - El cajero no podrá hacer ningún descuento a ningún cliente, salvo que esté autorizado.
 - No se aceptarán billetes de \$100.00, ni cheques.

CAPÍTULO VIII: DESPIDO

22. Según el código del trabajador, en el Art. 172.- determina que el empleador puede dar por terminado el contrato:

1. Por faltas repetidas e injustificadas de puntualidad o de asistencia al trabajo o por abandono de éste por un tiempo mayor de tres días consecutivos, sin causa justa y siempre que dichas causales se hayan producido dentro de un período mensual de labor.
2. Por indisciplina o desobediencia graves a los reglamentos internos legalmente aprobados.
3. Por falta de probidad o por conducta inmoral del trabajador.
4. Por injurias graves irrogadas al empleador, su cónyuge o conviviente en unión de hecho, ascendientes o descendientes, o a su representante.
5. Por ineptitud manifiesta del trabajador, respecto de la ocupación o labor para la cual se comprometió.