



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

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PANADERÍA,  
PASTELERÍA Y REPOSTERÍA EL DULCE AROMA FRANCÈS, EN EL CANTÓN  
BAÑOS DE AGUA SANTA, 2011.”**

**TESIS DE GRADO**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:**

**Licenciado en Gestión Gastronómica**

**Jorge Patricio Freire Robalino**

**Riobamba – Ecuador**

**2012**

## **CERTIFICACIÓN**

La presente tesis fue revisada y se autoriza su presentación.

---

Ing. Silvia Tapia S.  
DIRECTOR DE TESIS

## CERTIFICACIÓN

Los miembros de tesis certifican que, el trabajo de inversión titulado **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PANADERÍA, PASTELERÍA Y REPOSTERÍA “EL DULCE AROMA FRANCÉS”, EN EL BARRIO LA UNIÓN, DEL CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA,2011”**, de responsabilidad del Sr. Jorge Patricio Freire Robalino, ha sido revisada y se autoriza su publicación.

**Ing. Silvia Tapia S.**  
**DIRECTOR DE TESIS**

---

**Lic. Andrés Padilla P.**  
**MIEMBRO DE TESIS**

---

## **AGRADECIMIENTO**

*Primeramente a Dios, por guíarme y darme la sabiduría necesaria para seguir adelante y con mis metas trazadas.*

*A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Salud Pública, Escuela de Gastronomía, que me abrió las puertas incondicionalmente permitiéndome realizar mis estudios en esta noble institución; a los distintos maestros que año tras año me brindaron sus conocimientos, entrega de trabajo cotidiano e incondicional y que nuestra institución se distinga y brille con luz propia.*

*Mis más profundo y sincero agradecimiento a mis distinguidos asesores y maestros: Ing. Silvia G. Tapia S. Directora de Tesis, y al Lic. Juan Andrés Padilla como Miembro de Tesis, modelos de valor y sabiduría por su desinteresada y generosa labor de transmisión del saber e inagotable entusiasmo por sus acertados consejos y sugerencias.*

## **DEDICATORIA**

*El pionero de mi vida es Dios, y es a quien dedico mi esfuerzo por guiarme en el camino del saber y haberme dado el privilegio de tener un hogar, una familia y la educación que he recibido.*

*A mis padres Juan y Gloria, a mis hermanos Vicente, Lourdes, Diana y Adrián por el apoyo incondicional; a todas aquellas personas que confiaron en mí, en mi esfuerzo y el interés por mi parte para alcanzar una profesión digna y honrada, un homenaje de manera muy especial a la institución que me acogió en sus sendas de la educación superior y en su camino forma seres humanos profesionales y líderes en cada uno de sus campos laborales y de una manera infinita espero aportar en forma positiva a la sociedad, con honradez, disciplina y trabajo.*

## **RESUMEN**

La presente investigación propone: Estudio de factibilidad para la implementación de una panadería, pastelería y repostería el dulce aroma francés.

Investigación de método no experimental que se obtuvo mediante encuesta, además un universo de 387 habitantes del barrio la unión, para determinar los gustos y preferencias de los productos elaborados y la factibilidad de la implementación del negocio.

Dentro de las preferencias de panificación existe una variada gama de productos: pan, tortas y postres.

Atraves del marketing fueron establecidas las características comerciales de los productos, previsión de ventas, plan de comunicación con las debidas estrategias para que el proyecto empiece con sus operaciones de funcionamiento, utilizando un organigrama estructural fue desarrollado el plan operativo.

Comprobando que el proyecto es factible mediante una inversión inicial de \$ 10.3025,18 dólares, se obtuvo un T.I.R. de 40,85%, con un V.A.N. de \$ 123.613,07 y la relación costo beneficio de \$ 2 dólares con 17 centavos; los productos variados que tiene la panadería, pastelería y repostería cubrirán con las necesidades requeridas por los consumidores que deseen nuestro producto, tomando en cuenta que el principal valor añadido es toda la experiencia y buena atención para que los clientes regresen.

## **SUMMARY**

This research proposes: feasibility study for the implementation of a bakery, pastry and baking the sweet smell French.

Research experimental method was obtained by through be survey. Moreover a universe of 387 union neighborhood residents to determine the preferences. Processed products and the feasibility of implementing the business.

In baking preferences there is a wide range of products: bread, cakes and desserts.

Through marketing were established comercial characteristics of the products, sales forecasting, communication plan with appropriate strategies for the project to begin operating with operations, using an organizational structure was developed operational plan.

Noting that the project is feasible with an initial investment of \$ 103.025,18 dollars, gave a T.I.R. of 40.85%, with a V.A.N. of \$ 123,613.07 and cost benefit of \$ 2 to 17 cents; varied products that have the bakery, pastry and confectionery cover the needs required by consumers wanting our product, taking into account that the main added value is all the experience and great service to keep customers coming back.

## **ÍNDICE DE CONTENIDOS**

<b>I. INTRODUCCIÓN</b>	<b>18</b>
<b>II. OBJETIVOS</b>	<b>20</b>
a. GENERAL	21
b. ESPECÍFICOS	21
<b>III. MARCO TEÓRICO</b>	<b>21</b>
a. EL PAN	22
Concepto	22
Historia	23
i. Pan dulce Navideño	32
ii. Ingredientes del pan	38
iii. Elaboración del pan	47
iv. Ventajas e inconvenientes de su consumo	48
b. VARIEDADES DE PAN MÁS CONOCIDOS	50
i. Pan integral	50
ii. Pan blanco	51
iii. Pan de dulce	52
c. PASTELERÍA Y REPOSTERÍA	53
i. Concepto	53
ii. Origen de la repostería.	55
iii. Tipos de masas o pasta utilizadas en repostería.	61
iv. Tipos de cremas utilizadas en repostería y pastelería.	63
v. La Repostería como forma de decoración.	66
vi. La pastelería y repostería como establecimiento	68



<b>d. EMPRENDIMIENTO</b>	<b>69</b>
i. Concepto	69
ii. Emprendedor	69
iii. Etimología	70
iv. Contexto actual y desarrollo	70
v. Emprendedores sociales	71
vi. Estudio de mercado	72
vii. Antecedentes de estudio de mercado.	73
viii. Demanda:	74
ix. La oferta	76
➤ <b>Pronóstico de la oferta.</b>	<b>76</b>
➤ <b>Objetivo del análisis de la oferta</b>	<b>77</b>
➤ Competencia.	77
<b>e. PROVEEDORES.</b>	<b>77</b>
<b>f. PROPAGANDA</b>	<b>78</b>
<b>i. En qué momento es necesario realizar un estudio de mercado?</b>	<b>78</b>
<b>ii. Métodos de investigación de mercados.</b>	<b>78</b>
<b>iii. Estudio financiero</b>	<b>79</b>
iv. Determinación del monto o capital de inversión inicial.	79
v. Alternativas de financiamiento para la inversión inicial.	81
vi. Estudio técnico	83
1. Tamaño Óptimo	83
2. Localización óptima del Proyecto	84
3. Ingeniería del proyecto	85
4. Producto	85

<b>vii. Evaluación financiera.</b>	<b>86</b>
1. Valor Actual Neto (VAN)	86
2. Tasa Interna de Retorno (TIR)	87
3. Relación Beneficio/Costo	87
<b>viii. Gastronomía.</b>	<b>87</b>
<b>ix. MARCO LEGAL</b>	<b>89</b>
1. Estudio Administrativo	89
2. Estudio Legal	90
3. Recetario	90
i. Definición de receta estándar	90
<b>IV. METODOLOGIA</b>	<b>91</b>
<b>a. LOCALIZACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN</b>	<b>91</b>
<b>b. TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN</b>	<b>91</b>
<b>c. POBLACION Y MUESTRA</b>	<b>92</b>
i. Población.	92
<b>d. DESCRIPCIÓN DE PROCEDIMIENTOS</b>	<b>94</b>
i. Investigación de mercado y marketing	94
ii. Plan de empresa	94
1. Aspectos Técnicos	94
<b>3. Estrategias de Marketing</b>	<b>95</b>
<b>5. Aspectos Económicos – Financieros</b>	<b>96</b>
<b>6. Aspectos Ambientales</b>	<b>96</b>
• <b>Proyecto de Factibilidad</b>	<b>97</b>

<b>V. RESULTADOS Y DISCUSION</b>	<b>98</b>
a. INTERPRETACIÓN, TABULACION Y ANALISIS	98
i. Presentación, Tabulación y Análisis de los datos obtenidos de la investigación de Mercado y Marketing.	98
<b>Tabla Nº 01. Frecuencia de acudir a una panadería.</b>	<b>99</b>
<b>Tabla Nº02. Producto más consumido</b>	<b>100</b>
<b>Tabla Nº03. Cantidad de consumo del producto antes mencionado</b>	<b>102</b>
iii. Discusión	115
<b>VI. CONCLUSIONES</b>	<b>118</b>
<b>VII. RECOMENDACIONES</b>	<b>120</b>
<b>VIII. PLAN DE EMPRESA</b>	<b>121</b>
i. Determinación del tamaño de la empresa	122
ii. Capacidad de Producción	123
iii. Localización	125
<b>Estudio jurídico mercantil</b>	<b>186</b>
iv. Gastos de constitución.	187
i. Determinación del Talento Humano	218
vi. Organización de la Empresa	233
vii. Programa Operativo	234
viii. Organigrama empresarial.	235
ix. Selección y Contratación del Talento Humano	236

<b>Tabla Nº 106. Ratios Operativos</b>	<b>267</b>
<b>Tabla Nº 107. Calculo del VAN y TIR.</b>	<b>268</b>
<b>Tabla Nº 108. Tasa Interna de Retorno y Valor Actual Neto.</b>	<b>268</b>
<b>Tabla Nº 109. Relación Beneficio/Costo</b>	<b>269</b>
<b>Punto de Equilibrio</b>	<b>270</b>
<b>Tabla Nº 110. Estado de Costos Fijos y Variables</b>	<b>271</b>
<b>Tabla Nº 111. Punto de Equilibrio</b>	<b>272</b>
<b>Tabla Nº 112. Periodo de Recuperación de la Inversión</b>	<b>273</b>
<b>IX. CONCLUSIONES</b>	<b>278</b>
<b>X. RECOMENDACIONES</b>	<b>279</b>
<b>XI. BIBLIOGRAFIA</b>	<b>280</b>
<b>XII. ANEXOS.</b>	<b>285</b>

## Índice de Tablas

<i>Tabla N° 01. Frecuencia de acudir a una panadería.</i>	100
<i>Tabla N°01. Producto más consumido</i>	101
<i>Tabla N°03. Cantidad de consumo del producto antes mencionado</i>	103
<i>Tabla N°04. Precio por pan.</i>	104
<i>Tabla N°05. Precio por torta o pastel</i>	106
<i>Tabla N°06. Precio por Postre.</i>	107
<i>Tabla N°07. Tipo de atención al cliente.</i>	109
<i>Tabla N°08. Consumo de productos según la economía.</i>	111
<i>Tabla N°09. Información por medios de comunicación.</i>	112
<i>Tabla N°10. Interés de publicidad</i>	113
<i>Tabla N°11. Horarios de atención.</i>	115
<i>Tabla N° 12. Interés del proyecto</i>	116
<i>Tabla N° 13. Producción de harina kilogramos semanal.</i>	124
<i>Tabla N°14. Listado de recetas estándar. Panes.</i>	128
<i>Tabla N°15. Recetas estándar de pasteles y postres.</i>	128
<i>Tabla N°16. Receta estándar del Pan de Yema</i>	132
<i>Tabla N°17. Receta estándar del Pan Integral</i>	133
<i>Tabla N°18. Receta Estándar del Pan de Dulce</i>	134
<i>Tabla N°19. Receta Estándar del Pan Popular</i>	135
<i>Tabla N°20. Receta Estándar del Pan de Leche</i>	136
<i>Tabla N°21. Receta Estándar de Trenzadas</i>	137
<i>Tabla N°22. Receta Estándar de Empanadas</i>	138
<i>Tabla N°23. Receta Estándar Masa de Hojaldre</i>	139
<i>Tabla N°24. Receta Estándar de Pan Danés</i>	140
<i>Tabla N°25. Receta Estándar de Pan Croissant</i>	141
<i>Tabla N°26. Receta Estándar del Pan de Agua</i>	142
<i>Tabla N°27. Receta Estándar del Pan de Almendras</i>	143
<i>Tabla N°28. Receta Estándar del Pan Francés</i>	144
<i>Tabla N°29. Receta Estándar Cachitos</i>	145

<i>Tabla N°30. Receta Estándar Pan de Cebada con Cerveza</i>	146
<i>Tabla N°31. Receta Estándar Torta Selva Negra</i>	147
<i>Tabla N°32. Receta Estándar Pastel de Cumpleaños</i>	148
<i>Tabla N°33. Receta Estándar Pastel Nevado de Coco</i>	149
<i>Tabla N°34. Receta Estándar Charlotte</i>	150
<i>Tabla N°35. Receta Estándar Torta de Cerezas</i>	151
<i>Tabla N°36. Receta Estándar Pastel Mil Hojas</i>	152
<i>Tabla N°37. Receta Estándar Pastel de Fresa</i>	153
<i>Tabla N°38. Receta Estándar Pastel de Yuca</i>	154
<i>Tabla N°39. Receta Estándar Torta Marmoleada</i>	155
<i>Tabla N°40. Receta Estándar Pastel de Banano</i>	156
<i>Tabla N°41. Receta Estándar del Pastel de Manzana</i>	157
<i>Tabla N°42. Receta Estándar Pastel de Almendras</i>	158
<i>Tabla N°43. Receta Estándar De Praliné de Coco</i>	159
<i>Tabla N°44. Receta Estándar del Relleno de Praliné de Coco</i>	160
<i>Tabla N°45. Receta Estándar Tres Leches</i>	161
<i>Tabla N°46. Receta Estándar Torta de Chocolate</i>	162
<i>Tabla N°47. Receta Estándar Galleta María</i>	163
<i>Tabla N°48. Receta Estándar Galleta de Limón</i>	164
<i>Tabla N°49. Receta Estándar Polvorines</i>	165
<i>Tabla N°50. Receta Estándar Alfajores de Chocolate</i>	166
<i>Tabla N°51. Receta Estándar Alfajores de Vainilla</i>	167
<i>Tabla N°52. Receta Estándar Babarois de Frutilla</i>	168
<i>Tabla N°53. Receta Estándar Cheese Cake</i>	169
<i>Tabla N°54. Receta Estándar Tiramisú</i>	170
<i>Tabla N° 55 Requerimientos de equipo de panadería.</i>	174
<i>Tabla N° 56 Requerimientos menaje y vajilla.</i>	174
<i>Tabla N° 57 Equipo de cómputo</i>	175
<i>Tabla N° 58 Muebles y enseres</i>	176
<i>Tabla N° 59 Suministros de oficina</i>	176

<i>Tabla N° 60 Suministros de oficina</i>	177
<i>Tabla N° 61 Materiales</i>	177
<i>Tabla N° 62 Requerimientos de personal</i>	178
<i>Tabla N°63. Trámites para la constitución y funcionamiento de la panadería, pastelería y repostería.</i>	181
<i>Tabla N°64. Deberes, derechos y obligaciones de la empresa.</i>	184
<i>Tabla N°65. Gastos de constitución.</i>	186
<i>Tabla N°66. Detalle de precios de los productos ofertados</i>	199
<i>Tabla N°67. Detalle de precios de los productos ofertados</i>	200
<i>Tabla N°68. Competencia directa, del Cantón Baños de Agua Santa</i>	209
<i>Tabla N°69. Rubros de publicidad</i>	216
<i>Tabla N°70. Modelo de Ficha Profesiográfica Tipo 1 del Gerente Propietario.</i>	219
<i>Tabla N°71. Modelo de ficha Profesiográfica Tipo 1 Chef Panadero Pastelero.</i>	220
<i>Tabla N°72. Modelo de ficha Profesiográfica Tipo 1 para ayudante.</i>	221
<i>Tabla N°73. Modelo de ficha Profesiográfica Tipo 1 para Despachador.</i>	222
<i>Tabla N°74. Modelo de ficha Profesiográfica Tipo 2 del Administrador</i>	223
<i>Tabla N°75. Modelo de ficha Profesiográfica Tipo 3 del Administrador</i>	224
<i>Tabla N°76. Modelo de ficha Profesiográfica Tipo 2 para Chef Panadero Pastelero</i>	225
<i>Tabla N°77. Modelo de ficha Profesiográfica Tipo 3 para chef Panadero Pastelero</i>	216
<i>Tabla N°78. Modelo de ficha Profesiográfica Tipo 2 para ayudante de cocina</i>	227
<i>Tabla N°79. Modelo de ficha Profesiográfica Tipo 3 para ayudante de cocina</i>	228
<i>Tabla N°80. Modelo de ficha Profesiográfica Tipo 2 para Despachador</i>	229
<i>Tabla N°81. Modelo de ficha Profesiográfica Tipo 2 para Despachador.</i>	230
<i>Tabla N°82. Costos salariales</i>	231
<i>Tabla N°83. Programa operativo mensual.</i>	233
<i>Tabla N°84. Fuentes</i>	240
<i>Tabla N°85. Usos</i>	240
<i>Tabla N°86. Proyección de Ventas.</i>	243
<i>Tabla N°87. Proyeccion de ventas Reflejado en dolares</i>	244
<i>Tabla N°88. Estado de Situación Inicial</i>	246

<i>Tabla N°89. Depreciaciones</i>	247
<i>Tabla N°90. Amortizaciones</i>	248
<i>Tabla N°91. Costos salariales</i>	249
<i>Tabla N°92. Gastos Salariales Administrativos</i>	250
<i>Tabla N°93. Gastos Salariales de Ventas</i>	251
<i>Tabla N°94. Gastos Salariales de Producción</i>	252
<i>Tabla N°95. Amortización del préstamo</i>	253
<i>Tabla N°96. Costos de Capital</i>	254
<i>Tabla N°97. Costos de Producción</i>	255
<i>Tabla N°98. Proyección de Ventas</i>	256
<i>Tabla N°99. Proyección de Costos</i>	256
<i>Tabla N°100. Capital de Trabajo</i>	258
<i>Tabla N°101. Estado de Resultados</i>	259
<i>Tabla N°102. Viabilidad Financiera</i>	261
<i>Tabla N°103. Estado de Situación Final</i>	263
<i>Tabla N°104. Ratios Económicos</i>	264
<i>Tabla N°105. Ratios Financieros</i>	265
<i>Tabla N°106. Ratios Operativos</i>	266
<i>Tabla N°107. Calculo del VAN y TIR.</i>	267
<i>Tabla N°108. Tasa Interna de Retorno y Valor Actual Neto.</i>	267
<i>Tabla N°109. Relación Beneficio/Costo</i>	268
<i>Tabla N°110. Estado de Costos Fijos y Variables</i>	270
<i>Tabla N°111. Punto de Equilibrio</i>	271
<i>Tabla N°112. Periodo de Recuperación de la Inversión</i>	272



## Índice de Gráficos

<i>Gráfico N°01. Organigrama de la empresa</i>	90
<i>Gráfico N°02. Frecuencia de acudir a una panadería.</i>	100
<i>Gráfico N°03. Producto más consumido.</i>	102
<i>Gráfico N°04. Cantidad de consumo del producto antes mencionado.</i>	103
<i>Gráfico N°05. Precio por pan.</i>	105
<i>Gráfico N°06. Torta o pastel.</i>	106
<i>Gráfico N°07. Precio por Postre</i>	108
<i>Gráfico N°08. Tipo de atención.</i>	109
<i>Gráfico N°09. Consumo de productos según la economía.</i>	111
<i>Gráfico N°10. Información por medios de comunicación.</i>	112
<i>Gráfico N°11. Interés de publicidad</i>	114
<i>Gráfico N° 12. Horarios de atención.</i>	115
<i>Gráfico N°43. Interés del proyecto</i>	117
<i>Gráfico N° 14. Provincia de Tungurahua.</i>	126
<i>Gráfico N° 15. Cantón Baños de Agua Santa.</i>	126
<i>Gráfico N° 16. Flujograma de procesos.</i>	129
<i>Gráfico N°17 Flujograma de procesos de producción y oferta del producto.</i>	130
<i>Grafico N° 18 Plano de la Empresa.</i>	172
<i>Grafico N° 19. Empaque pequeño para venta de pan.</i>	189
<i>Grafico N° 20. Empaque grande para venta de pan.</i>	189
<i>Grafico N° 21. Empaque pequeño para venta de pasteles.</i>	190
<i>Grafico N° 22. Empaque mediano para venta de pasteles.</i>	190
<i>Grafico N° 23. Empaque grande para venta de pasteles.</i>	191
<i>Gráfico N°24. Ciclo de vida del Producto</i>	196
<i>Gráfico N° 25. Canales de Distribución</i>	202
<i>Gráfico N° 26. Logotipo</i>	203
<i>Gráfico N° 27. Organigrama Estructural Centralizado</i>	234
<i>Gráfico N° 28. Organigrama Funcional</i>	235
<i>Grafico N° 29. Acciones remediabiles.</i>	274

## I. INTRODUCCIÓN

En un mundo donde la presión de la población y el aumento común es el marco de los importantes cambios que se han producido con la globalización de la economía, la regionalización de los mercados las tendencias de consumo se encaminan en dos sentidos que en apariencia son contradictorios: por un lado aparecen alimentos muy sofisticados y de compleja elaboración, pero, el consumidor a su vez está exigiendo alimentos o productos más naturales. La importancia de una alimentación rica en fibras se ha acentuado y ésta tendencia ha ampliado en el consumo de productos integrales.

Las tendencias de consumo se encaminan en muchos sentidos, el pan ha sido tan importante en la alimentación del ser humano que ha sido considerado como sinónimo de alimento en muchas culturas del mundo a más de esto en varios de los rituales practicados social y religiosamente.

En la actualidad se trata de un alimento cotidiano básico que se encuentra en cualquier tienda de alimentación y grandes superficies; una de las variantes del pan son las galletas, pasteles y demás productos elaborados y que son producidos a base de diferentes masas azucaradas y distinto tipo de cocción.

El negocio de panadería, pastelería y repostería en el país, es una gran fuente que genera varios tipos de trabajos, ya sean personas que aprendieron empírica o profesionalmente, a más de eso, sectores de la economía y la creación de

empleo e ingresos, la re-distribución de la riqueza y el aprovechamiento de las personas que conocen de la materia.

El desarrollo económico tiene gran significado en el Ecuador para establecimientos de alimentos y bebidas, en mayor y menor medida, la restauración como una de las más importantes vías de expansión económica, principalmente la generación de puestos de trabajo para personas profesionales en el tema, es decir gastrónomos con los que se puede explotar este recurso que aún no es bien aprovechado.

Desde el punto de vista económico -social, la pequeña empresa, (microempresa); presenta una serie de características que la hacen imprescindible como alternativa para el desarrollo del país, y para ello es primordial una infraestructura cómoda, de tal manera que el personal se sienta cómodo en cada uno de sus lugares de trabajo. Las panaderías artesanales por lo general siempre se enfrentan a un entorno competitivo y las tomamos como amenazas y oportunidades, por eso es necesario estar al tanto de esos cambios, observando los movimientos e incorporando los nuevos hábitos del consumidor.

En este contexto brindar a nuestros potenciales clientes productos nuevos y que van más allá de su imaginación con un aporte moderado de energía, cantidades apreciables para su satisfacción, resulta gravitante que el negocio en donde se expendan los productos brinde una imagen de pulcritud y salubridad total.

## II. OBJETIVOS

#### **a. GENERAL**

Desarrollar un estudio de factibilidad para la creación de una panadería, pastelería y repostería El Dulce Aroma Francés, en el Barrio La Unión, del Cantón Baños de Agua Santa, 2011.

#### **b. ESPECÍFICOS**

- Elaborar el Estudio de Mercado, identificando los elementos de oferta y demanda con la finalidad de determinar en el cliente el objetivo del estudio.
- Realizar el plan de empresa de factibilidad con el propósito de conocer la viabilidad del estudio investigativo.
- Determinar el estudio Financiero, para establecer la viabilidad del mismo.

### **III. MARCO TEÓRICO**

a. **EL PAN**

**Concepto**

Para conocer los orígenes del pan debemos remontarnos a un pasado remoto. El descubrimiento fue casual, nos situamos en la Época Neolítica, un antepasado del hombre conoce ya las semillas y cereales, y sabe que triturados y mezclados con agua dan lugar a una papilla. Este hombre olvida la papilla en una especie de olla, al volver encuentra una torta granulada, seca y aplastada, es así como el primer pan acaba de tener forma.

Ya en la Época Neolítica, un antepasado del hombre conoció de las propiedades de las semillas y de los cereales, y desde ese momento, el pan ha formado parte de la cultura universal del hombre.

Desde ese rudimentario primer pan, fruto del azar del hombre, hasta nuestros días, donde la oferta de panes es muy extensa el consumo de este alimento ha pasado por distintas etapas y civilizaciones. Del nacimiento de este producto se derriban otras masas elaboradas principalmente dulces que como resultado tenemos varios tipos de pasteles y postres.

El pan es un alimento básico que forma parte de la dieta tradicional en Europa, Oriente Medio, India y América que se prepara mediante el horneado de una

masa elaborada fundamentalmente con harina de cereales como el trigo, sal y agua. A veces suele tener levaduras para que fermente la masa y sea más esponjosa y tierna. El cereal más utilizado para la elaboración del pan es la harina de trigo, también se utiliza el centeno, maíz, arroz, etc.

## **Historia**

### **Historia de la panadería y del pan**

Pocas dudas hay en decir que el pan fue el primer alimento fabricado por el hombre.

“Se dice que cuando el hombre de Neanderthal horneó el pan, se tornó civilizado”. Y el ingrediente principal era la harina, ya que los granos se cultivaban desde el año 10.000 A.C. en el valle del río Tigris, en Asiria y Mesopotamia

El hombre del neolítico hacía sus tortas aplastando los cereales que posteriormente cocía encima de piedras calientes; luego, comenzó a machacar estos cereales entre dos piedras, una grande y plana donde se ponían los granos de cereales, y otra piedra redonda y pequeña con la que los machacaba.

Las primeras noticias que se tienen sobre el pan se remontan a Babilonia y al antiguo Egipto, de hecho se conocen por lo menos hasta quince palabras para designar distintas variedades de panes y de pastelería en Egipto según las

variedades de harina, el grado de cocción o los productos que se le añadían, miel, huevos, leche, manteca, fruta, etc.

Según cuenta Herodoto: "En la tierra de los asirios llueve poco, y ese poco es lo que desarrolla la raíz del trigo; sin embargo, gracias a las aguas de los ríos que la riegan, la mies crece y entra en sazón el grano, si bien el propio río no llega a las tierras de labor como en Egipto, sino que el riego se hace a fuerza de brazos y con cigoñales. Pues tanto el país babilónico, como el egipcio, están surcados por canales..."

Se sabe que en Mesopotamia se consumía una masa preparada con cereales machacados y molidos y que se vendía no por piezas sino valiéndose de medidas de capacidad. Los asirios, más tarde, comían unas galletas cocidas al rescoldo del fuego y que los pobres la acompañaban con cebolla.

Los griegos fueron esmerados y exquisitos panaderos. La diosa Demeter era la protectora de la nutrición, tenía una rubia cabellera de espigas de trigo maduro, en Roma el equivalente era la diosa Ceres.

Los primeros cocineros griegos fueron panaderos, fabricaban una galleta de pasta sin levadura tal y como la conocemos hoy, preferían el trigo a cualquier otro cereal. En el siglo II D.C. un escritor grecorromano describe hasta setenta y dos formas distintas de hacer pan. Un griego de la época clásica podía encontrar en el mercado pan de centeno, de salvado egipcio, de trigo negro o sarraceno, de avena, etc. y también con distintos tipos de elaboración, cocido en molde, al



rescoldo, entre dos planchas de hierro, a la sartén, amasado con leche, con especias.

Hipócrates recomendaba el hecho con especias o hierbas aromáticas y vinagre como curativos. Llegados hasta aquí tenemos que recapitular sobre todo lo dicho sobre el pan. Mientras que estudiosos como el botánico Suizo Alphonse Candolle nos dice que el pan nace en las riberas del Éufrates hasta el ruso Vavilov que parece haber probado que fue en Abisinia, pero lo cierto es que fue Egipto quien tuvo las primeras grandes cosechas de trigo entre el quinto y sexto milenio A.C.

La religión cristiana está llena de referencias y simbolismos hacia este alimento, desde el Génesis hasta el Nuevo Testamento. Hacia el siglo XIX - XVIII a.C. Abraham celebra su victoria sobre Codorlaomar y su aliado Salem tomando pan y vino. Moisés dice: "Guarda tus fiestas de los ácidos (tipo de pan hebreo sin levadura) siete días como os he mandado" Hay un texto clásico de Dinias, contemporáneo de Aristófanes, que nos cuenta:

"El pan que hoy se trae a la mesa y el que se compra en el mercado, es de una blancura deslumbrante y de un gusto sorprendente. El arte de fabricarlo, perfeccionado, que nació en el siglo pasado en Sicilia, se revela en nuestra patria en todo su esplendor y hemos de decir que se ha mejorado extraordinariamente la fabricación de los amasados. Hoy poseemos mil medios de transformar toda clase de harinas en una alimentación tan sana como agradable. Añadiendo un

poco de aceite, de leche o de sal a la harina de cereales encontraréis los panes más delicados.

Amasar la harina en miel, extender la pasta en forma de una hoja bien delgada que el panadero puede arrollar a su guisa y tendréis estos pasteles que son exquisitos cuando, aún calientes, pueden ser mojados en vino. También estos bollos tan dulces y ligeros, cocidos al horno con harina de sésamo, de miel y de leche, constituyen uno de los adornos de nuestra época. "

Con el paso del tiempo, el hombre inventaría molinos muy rudimentarios para moler los granos, estos eran accionados por esclavos o animales. Los romanos fueron los primeros en instalar pequeños molinos a la orilla de los ríos para con ayuda de la corriente fluvial poner en movimiento sus grandes ruedas. También se descubrió que el viento era una buena fuente de energía barata para mover las aspas de los molinos. Los molinos de viento llegaron a Europa con los Cruzados, caballeros que volvían de países orientales, en donde el agua era muy escasa.

Llegamos a la Edad Media, tan nefasta para la gastronomía, como en casi todas las cosas, se sufre una regresión importante en la humanidad y es el pan el que alimenta y mata a la población, el gorgojo causa estragos y las sequías producen bajas significativas en una ciudadanía que vivía en precario alimenticiamente hablando.

Carlomagno ordena "que el número de panaderos esté siempre al completo y que el lugar de trabajo esté siempre limpio y ordenado". En España el pan se elabora para los ricos con trigo candeal y su importancia la podemos leer en uno de los primeros escritos en lengua castellana. La diferencia que existía entre el pan de los ricos y de los pobres lo podemos apreciar en un verso del obispo Etienn de Fougère en Francia que dice:

En la Edad Media, los molinos eran de propiedad de los reyes y señores, los que dejaban que sus gentes los usasen para moler los granos a cambio de una parte de sus cosechas.

Al parecer no está claro quienes construyeron los primeros hornos, los que indistintamente son atribuidos a los egipcios y a los griegos, de todas maneras esta invención representó un gran adelanto. En la edad media solamente los castillos y los conventos tenían panaderías, en el siglo XVII Francia pasó a ser el centro de la fabricación de panes de lujo con la introducción de modernos procesos de panificación, más de veinte variedades de panes. Luego esta supremacía pasó a Austria.

La invención de nuevos procesos de molienda, contribuyó al desarrollo de la industria panificadora. En 1784 aparecen los molinos accionados por vapor, La nueva tecnología desarrollada permitió la utilización del vapor como fuerza motriz. Se dio un proceso de migración masiva del campo a la ciudad. Con el crecimiento de la población, se necesitaron nuevos métodos de molienda y

panificación. La utilización de piedras en la molienda fue remplazada por acero. La harina de estos molinos era más fina y el pan era más liviano.

Con la invención de la energía eléctrica se sustituyen las aspas de los molinos por la electricidad. Surgen los motores eléctricos. Aparecen los cilindros en remplazo de las muelas del molino. A sí cada vez más se van reduciendo los costos de producción, además se aumenta la producción y las variedades y calidades del pan.

Ya en el siglo XX surgieron los molinos automáticos que incrementaron la productividad. Los molinos consisten en parejas de cilindros que giran en sentidos opuestos a velocidades diferentes. Se obtienen harinas más blancas debidas a la incorporación del cernido (separar el salvado y las partículas de la harina). Actualmente las fábricas de harina son mecanizadas requiriendo una cantidad inferior de mano de obra. Los molinos tienen una capacidad productiva muy superior y las harinas tienen mayor calidad.

En las panaderías el proceso de panificación se automatiza. Se introducen las amasadoras, que airean la masa, las cámaras de fermentación controlada y las cámaras de ultra congelación. Se empiezan a utilizar los aditivos para lograr panes de mayor calidad y se mejoran los sistemas de horneado (surgen los hornos rotativos).

El pan es uno de esos productos que por su diversidad se adapta a todas las exigencias de la gente que lo consume, su forma cambia de acuerdo a las regiones, por ejemplo: baguette en París, pan amasado en el campo, etc.

La composición del pan depende de la harina empleada, de la materia grasa, materias dulces, etc.: pan de molde, pan integral, pan de huevo. También depende de otros ingredientes, como por ejemplo especias o hierbas aromáticas: pan de ajo, de cebolla, de comino, de aceitunas.

Su fabricación depende de los métodos de panificación, masa fermentada, levadura, depende también de la velocidad del amasado o del tiempo de fermentación.

Es aquí donde el maestro panadero juega su rol, además de su arte en la fabricación, tiene que saber aconsejar a sus clientes, indicándoles las características y composición de cada una de sus variedades.

El pan fue el alimento básico de la Humanidad desde la prehistoria. Algunos autores se imaginan como los inicios del pan podrían haber sido una masa de granos semi-molidos y ligeramente humedecidos que podría haberse cocido al sol sobre una piedra caliente, o simplemente haberse dejado abandonada junto a un fuego, o fuente de calor diversa. La evolución histórica del pan se fundamenta en tres vías posibles: por un lado la mejora y evolución en los elementos mecánicos que pulverizan los granos (los molinos, etc.), por otro la

mejora en los microorganismos que pueblan la levadura y finalmente la evolución de los hornos y los elementos que proporcionan focos de calor (hornos). Probablemente, los primeros panes estarían hechos con harinas de bellotas o de hayucos. Los arqueólogos han excavado y encontrado fragmentos de pan ácimo (denominado también pan cenzeño) en los yacimientos de los poblados cercanos a los lagos suizos. Se sabe que los egipcios elaboraban pan desde hace mucho tiempo, y de ellos datan también las primeras evidencias arqueológicas de la utilización de la levadura en el pan así como el empleo de hornos. Se cree que descubrieron la fermentación por casualidad. El pan para los egipcios era tan importante que se consideraba como una moneda para pagar los jornales.

Pan extraído de las ruinas de Pompeya. En la Roma, ya en la República, había hornos públicos. Para los legionarios romanos el pan era un alimento habitual y era corriente que su dieta fuese en gran medida aceitunas y pan. Se les entregaba tres libras de trigo al día, que trituraban en un molinillo de mano compartido por un grupo limitado de soldados. De la harina se hacía el bucellatum (pan con forma de anillo muy similar al actual bagel) y se metía en el horno para hacer pan.

En algunas regiones que no formaban parte del imperio como Alemania o Suecia, algunos habitantes que habían combatido en el ejército romano adoptaban el consumo de pan, y de aquí se extendía a sectores de la población. Su nombre proviene del latín "pannus" lo que significa masa blanca. Este gran

consumo de pan durante el Imperio romano implicó la gran importancia que tuvo el cultivo y comercio del trigo.

Con la caída del Imperio romano se produjo un desabastecimiento de trigo en casi toda Europa, que ya se había acostumbrado de manera masiva a su consumo. Las exportaciones hacia el norte desaparecieron por completo. Prueba de la amplia difusión del pan en esa época es la palabra inglesa "lady" que significa en inglés antiguo "la persona que amasa el pan". En Escandinavia, ante la escasez de trigo, la población tuvo que acostumbrarse a elaborar panes de centeno y de cebada, siendo corriente que se le añadiese a la masa corteza de pino molida.

El pan fue sufriendo mejoras en su molienda, su horneado y poco a poco fue de un producto elaborado artesanalmente a un producto industrial al que se le añaden diversos aditivos. En la actualidad la maquinaria facilita en gran medida el trabajo haciendo que el pan carezca de penosas tareas; se emplean amasadoras, hornos automáticos, transportadoras, enfriadoras, cortadoras y hasta máquinas para envolver. A finales del siglo XX se popularizan los panes integrales o negros.

Ingredientes del pan: Los ingredientes básicos, y necesarios para la elaboración del pan son sólo dos: harina y agua. La sal es un componente opcional que se emplea para dar sabor y fortalecer la masa. En algunos lugares no se emplea ni siquiera en la elaboración del pan (los famosos por sus características son los

panes elaborados en la Toscana, Italia).Según el tipo de pan que se trate se puede incluir como cuarto ingrediente la levadura. Las culturas, las tradiciones, y las características culinarias de las regiones inducen diversas variantes respecto a los ingredientes; casi siempre la elaboración del pan de una forma determinada y proporciona un carácter propio y característico a una región, o a una gastronomía.

i. **Pan dulce Navideño**

"Noche de paz, noche de amor". Como dice el villancico, al pan nuestro de cada día se le agregará la dulzura y el sabor de la fiesta navideña, la dulzura y el sabor de la Natividad. Y entonces, al finalizar la comida, nos serviremos una tajada del tradicional Pan Dulce, el Pan de la Navidad.

Si hay algo que está presente y sin excepción en todas las mesas para la cena de Navidad, es sin lugar a dudas el pan dulce. Es que en todos los tiempos se degustó esta dulzura aunque con diferentes formas, con el agregado de frutas secas, especias o, para los más innovadores, relleno de helado y rulos de chocolate. Sea como sea, sigue siendo un símbolo que se transmite a cada bocado: compartir el pan.

Cuentan que los primeros cristianos lo preparaban recordando Belén o Betlehem, tal como se dice el nombre de esta ciudad en hebreo y que justamente significa "casa de pan".



La celebración de Nochebuena es una ocasión propicia para reunir a la familia y los amigos. Esta encierra, en su profundo significado religioso, antiguos ritos cuya exteriorización toma formas diferentes en cada pueblo. Estas fiestas tuvieron un origen unido a la naturaleza y el solsticio de invierno, costumbres que en el hemisferio sur se han seguido, aun fuera de tiempo, copiadas de las del hemisferio norte.

Estas costumbres han ido cambiando con el paso del tiempo, además cada religión le ha ido impartiendo su propio ritual, pero hay algo que es generalizado y no falta en ninguna mesa navideña: el PAN DULCE.

Buscando, se encuentran varias historias y leyendas sobre el origen del Pan Dulce, aquí le contamos algunas de ellas:

Según la historia fueron los griegos los iniciadores de la tradición panadera. Ya en la época de Augusto, descendiente de Julio César, en Roma se habían censado más de 300 panaderías.

Sin embargo, entre el pan y el pan dulce deberían pasar varios siglos, ubicándose a este último en el Renacimiento a mediados del siglo XV.

Pan Dulce - Panettone: Se cuenta que el nacimiento del panettone fue en Milán durante la época del duque Ludovico Sforza, llamado "el moro". El duque, en compañía de Leonardo da Vinci, comió el dulce pan en una boda en la que el padre de la novia, Toni, era dueño de una panadería. De ahí en más, el "pan de

Toni" (la contracción derivaría en panettone) se expandió por el resto de Italia y Europa.

Otra versión de la misma leyenda sostiene que el Mecenas (todos los poderosos del Renacimiento eran Mecenas de artistas) quiso organizar un importante festejo para las fiestas de 1495, mandando a preparar las más sutiles delicias y al cocinero se le quemó el pan de Navidad. Cuando la desesperación lo invadía advirtió que un aprendiz de su cocina llamado Toni, estaba comiendo un pan que había elaborado a escondidas y al que le había agregado frutas. Como último recurso, el cocinero arrebató el pan a Toni y lo presentó en la mesa del duque quienes adoptaron para siempre "Ilpane di Toni" o sea "Ilpanetón".

También encontramos la historia de Ughetto y Adalgisa, la cual, lo mismo que la anterior, tiene varias formas de ser contada. Una de ellas la ubica también en la corte del duque Ludovico María Esforzad. Ughetto de GliAtellani, era un joven de origen noble, criador de halcones y enamorado de Adalgisa, la hija del panadero. Para que esta historia pueda contarse era necesario que la familia se opusiese y prohibiese la relación de los jóvenes. Sin embargo, unas penosas circunstancias, permitieron finalmente llegar a los confites.

El panadero, llamado Toni, estaba casi en bancarrota y Adalgisa debía trabajar día y noche en la panadería, Ughetto decidió ayudar y propuso agregar un poco de mantequilla a la pasta, pero no había dinero para ello, el joven vendió uno de los halcones y compró la manteca. A los clientes le gustó y gustó aún más cuando agregó un poco de azúcar a la receta y para las fiestas agregó pasas y

cortezas de naranja y de limón confitadas, el éxito de la panadería limó las asperezas y los enamorados pudieron casarse.

Una versión que tiene de protagonistas a los mismos enamorados, ubica la acción recién en el Siglo XVII y en la ciudad de Génova, lo cual es probable que esté dando cuenta de la versión genovesa del Pan Dulce, pero no del pionero Panettone.

Zenone era un reconocido panadero de la localidad Ligure de Recco, el cual tenía un ayudante que se encontraba triste y ausente debido a que estaba perdidamente enamorado de una bella y rica jovencita hija de nobles. Don Zenone, le pasó la receta que conquistaría el corazón de Adalgisa. Remojó las pasas en vino, picó frutas secas y agregó un puñado de especias. Una manera de llegar al corazón por el estómago.

En la misma línea, pero en Milán, comenzaban a prepararse para la Navidad. Sin embargo, en la panadería del viejo Tone, al contrario de años anteriores, las cosas no iban bien y estaban todos muy preocupados. Ughetto, un empleado, que sólo tenía ojos para Adalgisa, la hija del patrón, pensó la manera de ayudar y granjearse la simpatía de la familia de quien le quitaba el sueño.

Buscó harina y la agitó suavemente. Preparó levadura y endulzó la preparación. Incorporó fruta, avellanas y agua de azahar. Amasó y dejó reposar la masa toda la noche. Luego de soñar con Adalgisa horneó los pancitos y el dulce aroma

atrajo a todo el vecindario y la gente comenzó a llegar. Todos pedían ese “pane de Tone”. Ughetto fue ascendido a socio y en poco tiempo se casó con Adalgisa.

Como podemos observar muchas son las leyendas que se tejen a su alrededor y todas muy parecidas, lo único que varía es el lugar donde se desarrolla la historia. Lo que sí se puede asegurar es que el panettone nació en Milán. Distintas son las características que presenta el Pan Dulce según la región donde se fabrica, por ejemplo:

Pan Dulce de Venecia: Si bien el Pan Dulce de Génova o de Milán fue el primero y más tradicional, le apareció un fuerte competidor en la ciudad de Venecia: ¿En qué se diferencian? El original tiene una masa más firme y enriquecida por frutas y especias. El veneciano, mejor dicho el pandoro di Verona, es un bizcocho levado, de masa muy ligera y no lleva frutas, sólo está espolvoreado con azúcar impalpable.

El Pan Dulce de Lombardía o Milán: Este tipo de pan dulce tiene una masa muy elaborada, hecha con abundantes huevos, perfumada con cedrón abrigantado, pasas sultanas, cáscara de naranja, decorado con almendras tostadas y azúcar granulada. Su forma es más alta que la del pan genovés y su coloración más clara y rubia.

Pan Dulce alemán - Stollen: Este tradicional pastel con nueces y almendras, remonta su origen también al siglo XV.

El mercado más antiguo de Dresde data su existencia desde el año 1434. Con el paso de los años se añadieron otras muchas mercaderías incluyendo el predecesor del famoso Dresde Stollen, Pastel de Navidad, conocido como "Striezel". Esta típica pasta alemana de 1474 cuyos ingredientes eran simplemente harina, avena y agua parece que, simplemente, no tenía gusto a nada. Para modificarlo debió solicitar y obtener un importante decreto del Papa conocido como "Butterbrief" (carta de mantequilla). Allí se declaraba que, con el pago de una penitencia apropiada para mantener la conciencia limpia y obtener la bendición de Dios, se podía utilizar leche y mantequilla para la elaboración del pan.

Más tarde, aproximadamente en el año 1500, este mercado conocido como "Lunes de Striezel" empezó a atraer amas de casa residentes en Dresde y en sus alrededores con el objetivo de vender sus especialidades en pastelería.

Gradualmente se han ido incorporando nuevos ingredientes a esta especialidad convirtiendo así el striezel en el Stollen de Navidad.

Si bien la verdadera historia del pan dulce no se conoce con exactitud, el Pan Dulce comenzó a extenderse notablemente, hasta convertirse en el postre típico de la mesa navideña. Cercanos a la navidad y a los festejos propios del año nuevo, se invita nuevamente a disfrutar en familia, no sólo a través de la unión y el reencuentro, sino por medio de una vuelta a lo natural y nutritivo: el Pan Dulce,

aquel que se disfruta como el hecho en casa. De la panadería del barrio a la mesa de noche buena, en la sobremesa de navidad y en el brindis del año nuevo, el Pan Dulce vuelve a ser protagonista cada 24 de diciembre.

## **ii. Ingredientes del pan**

Si bien conocemos los ingredientes tradicionales que intervienen en la elaboración del pan son harina y agua pero con el pasar de las décadas se han ido incorporando nuevos productos como la levadura seca, azúcar, sal los cuales en la actualidad son los principales en esta elaboración gastronómica.

Los ingredientes básicos, y necesarios para la elaboración del pan son sólo dos: harina y agua. La sal es un componente opcional que se emplea para dar sabor y fortalecer la masa. En algunos lugares no se emplea ni siquiera en la elaboración del pan. Según el tipo de pan que se trate se puede incluir como cuarto ingrediente la levadura. Las culturas, las tradiciones, y las características culinarias de las regiones inducen diversas variantes respecto a los ingredientes; casi siempre la elaboración del pan de una forma determinada y proporciona un carácter propio y característico a una región, o a una gastronomía.

### **➤ Harina:**

La harina es el principal ingrediente del pan, consta básicamente de un cereal que ha sido molido finamente hasta llegar a una textura en forma de polvo.

Dependiendo del uso final que se quiera dar a la harina: pastas, panadería, repostería, se suele moler con mayor o menor intensidad hasta lograr un polvo de una fineza extrema. Se suele comercializar en paquetes que rondan el kilogramo. Las harinas comercializadas en la actualidad suelen llevar una mezcla de diversos tipos de cereal molidos, y por regla general suelen estar enriquecidas.

### ➤ **Agua**

El agua tiene como misión activar las proteínas de la harina para que la masa adquiera textura blanda y moldeable. Posee además la capacidad disolvente acuoso de las sustancias añadidas a la masa, siendo además necesaria para la marcha de la fermentación. La composición química del agua empleada afecta a las cualidades del pan. La proporción de agua empleada en la elaboración de la masa influencia la consistencia final. Suele aplicarse agua de tal forma que suponga un 43% del volumen total de la masa (o lo que es lo mismo un 66.6% del peso de la harina, o la harina es 1 y 1/2 veces el peso de agua).<sup>13</sup> Si se pone un contenido acuoso inferior al 43% la masa es menos extensible y más densa. No obstante la cantidad de agua que puede absorber una harina depende del tipo de cereal empleado en su elaboración y de la composición de proteínas. No obstante el tipo de pan puede influenciar también la proporción final de agua en la masa y puede acabar siendo un tema de preferencia del propio panadero que elabora el pan. Los panaderos usan un sistema de porcentajes denominado tasa de hidratación, también conocido como "porcentaje de panadero"; en la que el

peso de la harina representa un porcentaje de 100, el resto de los ingredientes se miden como porcentajes sobre la harina. El agua puede representar desde un cincuenta por ciento en panes ligeros, hasta un setenta por ciento en panes más artesanos. Algunos panaderos pueden llegar al ochenta por ciento de agua.

La sal es un ingrediente opcional en algunos panes, la misión de la sal es por una parte la de reforzar los sabores y aromas del propio pan, y por otra parte afectar a la textura final de la masa (pueden alcanzar hasta un 2% del peso total de la harina).<sup>2</sup> Los panes tradicionales no suelen llevar sal, sin embargo algunas masas como los croissant, o los brioche, poseen grandes cantidades (por encima del 3%) con el objeto de reforzar y balancear el sabor de la mantequilla. Se suelen emplear en la elaboración de panes sales marinas a ser posible con poco grado de refinamiento y que se mezclan en las primeras fases de amasamiento de la harina. Sea como sea, la mayoría de las recetas que añaden la sal hablan del empleo de sales no-refinadas, como pueden ser la sal negra, la sal ahumada, etcétera. La sal contribuye de una forma indirecta a la formación del color marrón de la corteza del pan, debido a que retarda la fermentación y esto genera un "exceso" de azúcares que favorecen durante el horneado la formación de estos colores dorados de la corteza. La sal tiene además un ligero efecto fungicida, su presencia en el pan permite alargar su vida comestible.

## ➤ **Sal**



La sal es un ingrediente menor en el pan que los panaderos pocos se detienen a pensar acerca de su papel exacto en la panificación. Sin embargo, a veces enfocar una luz sobre un aspecto aparentemente poco importante de la panificación puede iluminar todo el proceso de toma de pan. Tal es el caso con sal. La sal ejerce una influencia sobre casi todas las etapas de la panificación, y cada aspecto de pan. ¿Por qué es la sal de una de las piedras angulares de pan? ¿Qué importancia tiene más allá de ser un elemento de sabor? En este artículo trataré de explicar y aclarar parte de la química de la sal que rige las interacciones con masa de pan.

Objetivo principal de la sal en el pan es para evocar y mejorar el sabor del pan. Para la mayoría de los estadounidenses, el pan sin sal es insípida y no comestibles de forma virtual, pero la adición de sólo aproximadamente el 2% del peso de la harina en la sal de la fórmula de pan promedio manifiestamente cambia la percepción del sabor del pan, provocando el espectro completo de las notas de sabor complejo, incluyendo una dulzura que de lo contrario sería ausente. Es interesante que la adición de sal al pan sea una preferencia relativamente nueva. Pan medieval casi nunca se salan porque la sal era muy cara y difícil de conseguir, por lo que la sal menos pan se prefiere. Según el profesor Raymond Calvel, profesor emérito de l'Ecole Française de Meunerie, las fórmulas de pan francés comenzó a incluir la sal sólo al final del siglo XVIII.

Además de dar sabor al pan, los panaderos han señalado desde hace tiempo la alteración de la sal de ciertas características de la masa. La masa sin sal se

mezcla más rápido, tiene poca resistencia a la extensión y se siente pegajoso. Los panaderos que retrasan la adición de sal durante la mezcla encuentran que la sal se añade una vez, la masa se tensa, cada vez más difícil de estirar, pero también se vuelve más fuerte, por lo que es capaz de estirarse más sin necesidad de digitalizar. (Pruebas de cereales por los científicos confirma esta observación aparentemente contradictoria: Masas saladas son más resistentes a la extensión y extensible más de una vez deformada) Durante la fermentación, masas saladas aumentará más lentamente, un hecho generalmente atribuirse únicamente a efecto deshidratante de la sal en la levadura. Para entender cómo la sal afecta a estos cambios, y para ver si nuestras suposiciones son válidas, tendremos que echar un vistazo a las interacciones dentro de la masa a nivel molecular.

La sal de mesa es un tipo de cristal formado por los iones de cloro y sodio, o átomos cargados. En su estado cristalino, los iones de sal están posicionados en un enrejado estable, geométrico. Sin embargo, cuando se mezcla con un disolvente adecuado tal como agua, la sal se disuelve, lo que significa que la red de iones se ven forzadas a separarse por el disolvente y los iones individuales quedan envueltos por el disolvente. Esto es exactamente lo que ocurre en una masa: sal cristalina se disolvió rápidamente por la masa de líquido en iones sodio y cloruro.

La presencia de cualquier tipo de material disuelto, incluyendo iones, en fase líquida de la masa afecta a la función de la levadura y la vida lactobacilos en la

masa (todas las masas, no sólo masas madre, contienen bacterias acidificantes que contribuyen al sabor del pan). En una masa sin sal, el agua se mueva libremente dentro de la levadura o célula de las bacterias. Sin embargo, si la sal se añade a la masa, la presión osmótica, determinado por la cantidad de material disuelto en el líquido de la masa, se incrementará, extrayendo algunos de agua de la célula y por lo tanto parcialmente deshidratante. Una mayor presión osmótica también limita la cantidad de azúcares fermentables capaces de pasar a la celda. Estos dos efectos: una pérdida de presión de la celda y una disminución de azúcares - se combinan para reducir la tasa global de fermentación de ambos organismos. Si el porcentaje de sal añadida a una masa llega a ser demasiado alta, la deshidratación excesiva eventualmente matar la levadura y bacterias.

La mayoría de los científicos creen que el 2% del peso de la harina o menos, la sal por sí sola no altera significativamente tanto el poder gasificación de la levadura o la producción de las bacterias ácido. Un estudio midiendo la producción de gas en una masa de fermentación ha mostrado que la producción de gas es retardado por sólo alrededor del 9% en una masa que contiene 1,5% de sal (basado en el peso de la harina).

Aunque el efecto osmótico sal en la reducción de fermentación puede ser menor, se debe tomar en consideración cuando se trata de maximizar la acumulación de subproductos de fermentación en pre-fermentos. Así, la sal siempre se omite

en las esponjas, poolish, biga, y la mayoría de los otros pre-fermentos para asegurar la mayor producción posible de subproductos.

Si la presión osmótica ejercida por la sal no cambia significativamente la velocidad de fermentación de la masa, por qué la masa aumentando mucho más lentamente cuando la sal se añade? Este fenómeno puede ser atribuido a un efecto directo de la sal en la red proteína de gluten. La sal se fortalece, se contrae y libera espacio en la red de proteínas de gluten, por lo que es más resistente a la presión ejercida por la acumulación de dióxido de carbono gaseoso. En pastas saladas, la producción de gas puede ser aproximadamente igual a las masas sin sal, pero, puesto que la red de proteínas de gluten en sí es menos extensible, la masa es más resistente a la tensión creada por la acumulación de gas interno.

El gluten de trigo es único entre las proteínas de cereales, debido a que, cuando está hidratado, es capaz de unirse con sí mismo para formar una red visco-elástica estructura similar. "Visco-elástico" significa que la red es tanto viscosa y elástica: Cuando una masa de trigo se estira y se suelta, ya sea fluiría en una nueva configuración o retraer de nuevo en su forma original. La red de gluten también pueden atrapar burbujas de aire y asegurar, evitando que la migración a la superficie de la masa y la liberación de su gas. Es esta última característica que permite que una masa para ser fermentado por el dióxido de carbono producido por la levadura.

Así, mientras que la sal hace disminuir la expansión de la masa durante la fermentación, la creencia de que desde hace mucho tiempo retarda la producción de gas de la levadura se ha demostrado ser de única consecuencia menor a la velocidad de fermentación. En su lugar, la causa principalmente de la desaceleración ha demostrado ser un endurecimiento de la estructura del gluten de la masa, inducida por la neutralización de la sal de carga de la estructura. Todavía queda por ver cómo esta alteración de la columna vertebral de la masa afecta a su formación durante la mezcla, o cómo una modificación del gluten afecta a otros componentes de la masa, en particular los lípidos de la masa de (grasas) y enzimas.

A pesar de las explicaciones en este artículo se han simplificado en gran medida, es de esperar que el lector haya llegado lejos con una idea de la química de la masa de pan, y ahora tiene una mayor apreciación de la complejidad que rodea incluso los ingredientes más prosaicos.

En algunos casos, se aconseja añadir la sal tras el completo fermentado del pan para evitar la muerte o inhibición de las levaduras, proceso conocido como autólisis. En el método de autólisis la sal y la levadura se añaden tras un reposo de 10-20 minutos. Algunos autores opinan que la sal retrasa el efecto de la levadura, prolongando de esta forma la fermentación.

#### ➤ **Levadura**

La levadura es un conjunto de microorganismos unicelulares que tienen por objeto alimentarse del almidón y de los azúcares existentes en la harina. Las levaduras forman parte de la familia de los hongos. Este proceso metabólico da lugar a la fermentación alcohólica cuyo resultado es etanol, dióxido de carbono en forma de gas. El gas liberado hace que la masa del pan se hinche, aumentando de volumen. El alcohol etílico se evapora durante el horneado del pan, debido a las temperaturas alcanzadas en su interior. A pesar de haber empleado las levaduras en la fermentación del pan desde hace ya casi más de 6000 años, fueron tan solo comprendidas hasta el advenimiento de las investigaciones realizadas por Louis Pasteur que dieron luz a la explicación científica de la fermentación como un proceso biológico. La clave del empleo de las levaduras es la generación gaseosa que hincha la masa mezcla de harina y agua.<sup>13</sup> Se sabe que el proceso de fermentación es altamente dependiente de la temperatura y que se produce a su máxima velocidad a los 35°C. Las levaduras se incorporan durante las primeras etapas de mezcla entre la harina y el agua.

#### ➤ **Otros ingredientes**

Se suelen añadir otros ingredientes a los anteriormente mencionados, bien con el objeto de mejorar la fermentación: como puede ser el caso del azúcar, o bien con el objeto de mejorar el sabor, para eso se añaden en algunos lugares especias diversas. Es frecuente que se le añadan otros elementos como grasas (mantequilla, tocino de cerdo), semillas diversas (pipas de girasol, sésamo, etc.),

frutas (banana, cebollas), leche en polvo, etcétera. También se suele añadir huevo, bien sea la yema o la clara. En algunos casos resulta interesante que se le añadan los granos del cereal ligeramente molidos e incluso malteados. En algunos casos es posible incluir algún embutido o incluso fiambre picado, como puede ser chorizo o jamón, pudiendo a llegar a poner en algunas culturas hasta pescado. Esta forma de rellenar el pan da lugar a una familia muy amplia de alimentos denominados: empanadas, pan de yema, pan de dulce, pan de leche, etc.

### **iii. Elaboración del pan**

En la elaboración intervienen varios procesos que son una reacción en cadena, comienzan con los ingredientes los cuales van en porciones o cantidades exactas las cuales se deben trabajar con las herramientas adecuadas, de esta manera cometer ningún tipo de errores en la preparación y obtener un producto final de buenísima calidad, los procesos del pan básico son los siguientes:

- a.** Mezcla.- en este proceso intervienen lo que es harina más agua, sal, azúcar y levadura.
  
- b.** Reposo.- también llamada etapa de leudamiento este proceso se lo realiza solo si se ha incorporado en la mezcla anterior la levadura.

- c. Leudado.- esto es cuando los hongos que son la levadura ya han realizado su trabajo en la masa y esta ha sido fermentada en gran proporción.
- d. Horneado.- este proceso se lo hace una vez formado el pan que nosotros queramos y la forma que nosotros se la damos.
- e. Enfriado.- cuando el pan está totalmente cocido se lo retira del horno y se lo coloca en un mesón o directamente en vitrinas para su expendio.

Cada uno de los procesos que se los realiza en esta preparación gastronómica tiene cierto grado de dificultad en los cuales hay que tener por completo el control de tiempo y temperatura para que no tengamos problemas en el producto final una vez que este está terminad, depende la calidad y tecnología del horno el tiempo será distinto.

#### **iv. Ventajas e inconvenientes de su consumo**

En las últimas décadas el pan goza de muy mala fama, se cree que "engorda". Por ello muchas veces se consume en cantidades insuficientes que distan bastante de las recomendaciones dadas por organismos de Salud como la FAO (Food Agriculture Organization) y la OMS. Teniendo en cuenta los nutrientes que aporta, éste debe constituir una parte destacable en la alimentación diaria; tratando de estar presente en prácticamente todas las comidas, desde el desayuno a la cena. El hecho de no consumirlo de forma habitual contribuye a



desequilibrar de manera importante la dieta. Aumentaría el porcentaje del total de las calorías proveniente de alimentos ricos en grasas o proteínas, alejándonos considerablemente de las recomendaciones respecto a una alimentación equilibrada, en la que cerca del 55% del total de calorías de la alimentación deben proceder de los hidratos de carbono, el 15% de proteínas y el 30-35% restante de grasas. En la medida que se reduce el consumo de pan, es necesario aumentar la ingesta de otros alimentos hidrocarbonados con el fin de no desequilibrar significativamente la alimentación.

Muchas personas piensan que suprimir el pan es una de las mejores formas de evitar o corregir el sobrepeso o la obesidad. Aunque el pan es un alimento que aporta energía, su consumo no es causa directa del aumento de peso, siempre y cuando se respete la cantidad recomendada para cada caso y el consumo del resto de alimentos, no exceda las necesidades energéticas individuales. A igualdad de contenido calórico, el pan provoca un menor acumulo de grasa en el cuerpo que otros alimentos ricos en grasas. Es decir; que 100 g de pan, que aportan unas 250 calorías, "engordan" menos que 35 g de mantequilla o margarina o un bollo, que también proporcionan unas 250 calorías; debido a que la grasa se acumula más fácil en nuestro cuerpo que los hidratos de carbono.

Las personas diabéticas deben controlar la cantidad de pan y de otros alimentos hidrocarbonados ya que su organismo no los puede utilizar de manera normal. Esto no significa que los deban evitar, puesto que sufrirían continuas bajadas de azúcar en sangre con repercusiones orgánicas más o menos graves. Por tanto,

el pan debe formar parte habitual de la alimentación de todas las personas, especialmente de las diabéticas.

Sólo las personas que sufren de enfermedad celiaca o intolerancia al gluten (proteína presente en el grano de trigo y otros cereales como el centeno, la cebada y la avena), deben sustituirlo por pan de maíz, exento de gluten.

## **b. VARIETADES DE PAN MÁS CONOCIDOS**

### **i. Pan integral**

El pan integral está compuesto de harina de trigo no refinada (posee más salvado). Se denomina integral al pan que posee una gran cantidad de fibra dietética. Algunos panes considerados de elaboración tradicional son denominados integrales, en algunos casos como el pan de soda irlandés es un pan integral. En algunos países del norte de Europa se considera el consumo de este pan como un ingrediente de la dieta equilibrada. La popularidad de este pan ha ido creciendo desde finales del siglo XX y hoy en día es fácil encontrarlo envasado en cualquiera de los panes industriales que se venden en los supermercados.

El principal ingrediente de este tipo de pan es la harina no refinada (es decir, no perfectamente molida) de trigo. En algunas ocasiones se mezcla la harina de trigo con otros cereales como puede ser centeno. El resultado es un pan de miga más oscura que el pan de harina de trigo (pan blanco). No debe confundirse este

tipo de pan con el Pan negro que se denomina así al pan elaborado con harina de centeno. En muchos casos se emplea para fermentación levadura natural o incluso levaduras madre para que el sabor sea más tradicional. El uso que se hace de este pan resulta ser muy diverso, en algunas ocasiones participa en la elaboración de algunos sándwiches. Este pan suele tener un fuerte olor a trigo; es por esta razón por la que se suele emplear en algunas preparaciones culinarias donde se requiera la participación del aroma de pan.

## **ii. Pan blanco**

El pan blanco es un pan elaborado con harina de trigo de la que se ha retirado el salvado y a menudo también el germen, en contraste con el pan integral hecho con harina integral de trigo, en la que estas partes se dejan y contribuyen al color marrón. Además, esta harina blanca se blanquea a menudo usando bromato potásico o dióxido de cloro (mejoradores para pan) para eliminar cualquier color levemente amarillento y hacer sus propiedades de horneado más predecibles.

La actual popularidad del pan blanco es una respuesta a la adaptación del negocio de ultramarinos al comercio moderno. El blanqueado da a la harina blanca una fecha de caducidad mucho más alta que la de la harina integral, y el pan hecho con ella puede tenerse más tiempo a la venta. Esto permite mayores tiempos de almacenaje y transporte.

El pan blanco se critica a menudo por ser menos nutritivo que otros panes. La mayoría de las vitaminas propias del trigo se retiran junto con el germen o se

destruyen en el proceso de blanqueado. Con la introducción de los Estados Unidos en la Segunda Guerra Mundial, la falta de contenido vitamínico había llevado a un incremento de reclutas rechazados en el examen físico de ingreso básico. Como respuesta, se dictó una ley que obligaba a enriquecer la harina blanca con vitaminas para suplir las retiradas por el proceso de blanqueo, si bien los críticos afirman que no se reponen los oligoelementos eliminados por el blanqueado. Contra esto se argumenta que la cantidad de minerales en el pan es minúscula y su falta es fácilmente sustituible por cualquier otro constituyente común de la dieta, como fruta o verdura. La mayoría del pan blanco comercial contiene poca fibra alimentaria en comparación con el pan que incluye el salvado. Una dieta baja en fibra se relaciona en algunos casos con estreñimiento y diarrea. Las leyes canadienses exigen cantidades relativamente altas de proteína en sus granos, lo que provoca la existencia de un tipo de pan conocido como blanco canadiense.

El pan blanco también se critica por ser demasiado fácil de digerir, lo que provoca subidas y bajadas más pronunciadas de los niveles de azúcar en sangre e insulina que los panes integrales.

### **iii. Pan de dulce**

Se conoce como pan de dulce o pan dulce a la gran variedad de panes elaborados con alguna particular característica, a la que comúnmente le deben su nombre popular y que los diferencian del llamado pan blanco. El pan dulce se

distingue por su elaboración y presentación final de otros panes como los virotes, teleras y bolillos, y del pan de caja.

Las técnicas de elaboración son aprendidas en el oficio del panadero, a quien se le atribuyen las creaciones. Es posible que algunas de las técnicas de panadería y repostería se aprendan e incorporen de un país o de otro.

### **c. PASTELERÍA Y REPOSTERÍA**

#### **i. Concepto**

El término repostería es el que se utiliza para denominar al tipo de gastronomía que se basa en la preparación, cocción y decoración de platos y piezas dulces tales como tortas, pasteles, galletas, budines y muchos más. La repostería también puede ser conocida como pastelería y dentro de ella encontramos un sinnúmero de áreas específicas de acuerdo al tipo de preparación que se haga, como por ejemplo la bombonería.

De más está decir que la repostería como actividad gastronómica existe entre los hombres desde tiempos inmemoriales: muchos de los actuales postres que conocemos hoy en día son evoluciones modernas de recetas antiguas y muy comunes en diferentes regiones del planeta. Sin embargo, la historia de la repostería o de la pastelería no habría sido nunca lo mismo si no fuera por los franceses, quienes a lo largo de los tiempos fueron perfeccionando y modernizando todo tipo de preparaciones para paladares más refinados y cada vez más exigentes. Sin duda alguna, los franceses son considerados los reyes de la pastelería debido a la delicadeza y a la perfección de sus elaboraciones.

La repostería se basa en la preparación de platos o postres que sean dulces. En este sentido, podemos encontrar platos o postres a base de diferentes tipos de masas (como los budines, los bizcochuelos, panqueques o las masas de pastel), así como también postres a base de cremas (por ejemplo las natillas), o a base de frutas (helados y otras preparaciones frías). En la repostería el uso de materiales tales como la harina (usualmente de trigo), el azúcar, huevos y materia grasa como la manteca es esencial. Luego, se deben sumar aromatizantes y saborizantes específicos para cada situación como esencias, frutas, especias, colorantes y muchos más.

Además de la preparación en sí, la repostería se interesa mucho en la decoración y presentación de los platos. Esto no sucede de manera tan notoria con otras áreas gastronómicas, por lo cual la repostería siempre deslumbra por sus

colores, texturas y formas complejas. En otras palabras, la repostería es quizás el área gastronómica más visualmente interesante.

La repostería, confitería o también llamada pastelería en diferentes naciones, es el arte de preparar o decorar pasteles u otros postres dulces como bizcochos, tartas o tortas. También se conoce como "repostería", "confitería" o "pastelería" a un establecimiento donde se venden dichos postres; a más de eso es, la parte de la cocina dedicada a la elaboración y decoración de pasteles, postres y dulces, conocido como una de las partes de la gastronomía que exigen más exactitud y precisión en el uso de ingredientes y técnicas.

## **ii. Origen de la repostería.**

Como se había mencionado antes en la Historia del Pan, posiblemente la Repostería Primitiva haya nacido en los albores de la cultura griega, ya que allí se hallaron los primeros indicios de la elaboración de una torta como tal, la torta que se conoce con el nombre de ! Torta de Corcelles! La cual es mantenida y guardada en un museo ubicado en Suiza, y la misma data aproximadamente del año 2800 A.C.

Pero en donde se instituye como tal y se tiene conocimiento exacto de la elaboración de los Postres y de la Repostería de forma formal, es en Francia. Ya que la palabra Repostería, proviene del idioma francés y la misma hace referencia a una mezcla de la harina con un líquido, que da como resultado a lo

que se conoce el Pâte (palabra que se pronuncia como Paté), y la cual tiene el significado de: la Pasta. Y este término no deberá confundirse con el del Pay.

En algún momento antiguo de la historia, la palabra Repostería significaba, el lugar en donde se guardaban los alimentos y además era el lugar en donde se confeccionaban los productos dulces, los embutidos y los fiambres de la carne.

Después con el tiempo, alrededor del siglo XVIII, paso a ser conocido como el arte de realizar los dulces, pasteles y tortas que están elaborados con diferentes ingredientes: como la miel, el azúcar, las frutas frescas y las confitadas (las cuales son procesadas con el azúcar), las nueces y otros ingredientes como el cacao, el coco, el chocolate, las cremas, esencias, extractos, los licores, las mermeladas, las confituras, etc. En este arte también se incluían y elaboraban los productos tales como: los turrone, los helados y sorbetes, las bebidas dulces y espirituosas, y los postres exageradamente elaborados de diferentes sabores y texturas.

En el año 1563 se instituye la costumbre de tomar las tres comidas actualmente conocidas, como: el desayuno, almuerzo y la cena, y además se incluyen los términos que actualmente se utilizan en la Gastronomía: como los platos entrantes y los postres. Los postres en esa época, consistían en el consumo al final de cada comida de algún producto dulce, que podía ser a base de cremas, confituras, mermeladas, tortas, flanes, budines, pasteles, helados o bombones.



Y además también incluían las frutas y los quesos, para determinarlos como Postre.

La repostería actualmente es considerada de relevante importancia en la vida de todos los actos sociales modernos y en los acontecimientos en que se requieran la presentación de una torta o de una gelatina decorada, como: Bautizos, BabyShows, Primeras Comuniones, Cumpleaños, Despedidas de Soltero, Bodas, Aniversarios, Divorcios, Fiestas a nivel organizacional, etc. Además actualmente es tomada como un arte por la variedad de ingredientes que se deben utilizar, diferentes métodos y formas de su elaboración y además por las diferentes y variadas presentaciones que pueden tener un postre o pastel.

Sobre todo, aquí en nuestro país. Esta de boga, actualmente la elaboración de tortas y gelatinas decoradas de forma artística y artesanal.

Existen diferentes empresas que ofrecen el servicio de enseñar las diferentes formas de elaboración de estas tortas y gelatinas decoradas, enseñando como realizar las diferentes Pastas como: (Pasta de Hojaldre, la pasta azucarada, la Brisée, la pasta quebrada, la de arenilla llamada también Sablée, Pasta de Strudel o Philo, Pasta para hacer churros, etc.) y las cubiertas especiales como:(Pasta Oro, Cubierta Americana, Cubierta Laminada, Cubierta de Almendra o de Mazapán, Cubierta Roi, Cubierta flexible, las cubiertas de sabores: de Chocolate, de café, de leche, de cítricos, etc.), que cubren a las tortas y la utilización de los diferentes ornamentos como flores, cintas, perlas, dibujos con lápices de colores comestibles, papeles de azúcar y arroz que

utilizan tintas comestibles que se imprimen en máquinas impresoras comunes, el uso de variadas técnicas de decoración con las mangas pasteleras y sobre todo ese servicio es ofrecido al público en general pero en especial, a las mujeres que desean aprender a realizar sus propias decoraciones pasteleras para su uso familiar y personal; además este aprendizaje les garantiza la obtención de este arte, y con lo cual pueden lograr la independencia económica y lograr establecer un negocio que venda esas tortas y gelatinas a la comunidad en general.

Desde los inicios del siglo XVIII, la palabra repostería se refería al arte de confeccionar pasteles, postres, dulces, turrónes, dulces secos, helados y bebidas licorosas. En 1563 se definen tres platos al hablar de una comida: las entradas, la carne o pescado y el postre. La repostería está considerada como un arte delicado por la inmensa variedad que se usa en su confección y por las diferentes presentaciones que pueden tener un postre o pastel.

Si aceptamos la idea de que una simple mezcla de harina, leche y miel, puesta a secar en una piedra calentada por el sol, podría apreciarse entonces como un manjar fuera de lo común, se puede considerar que el oficio de PASTELERO data de unos 5000 años antes de Cristo, ya en aquella época se variaba las composiciones de las fórmulas lo que encantaba a los residentes de los primeros palacios reales, los mismos que degustaban con placer cada una de las delicias preparadas.

En Grecia se encontró el primer pastel que tomo el nombre de OBELIAS que significaba OFRENDA, tanto que en Francia a principios del siglo XI costaba demasiado juntar y organizar a los Pasteleros y Panaderos, pero cuando se les concedió algunos de ellos el privilegio de fabricar las OBLEAS (OSTIAS) bajo ciertas exigencias y control de la iglesia, comienza la organización, hasta convertirse en verdaderas escuelas de perfeccionamiento.

Pronto los pasteleros se amparan en la iglesia, fabricando ostias para ser entregado a los monjes a cambio les solicitaban tener presente sus oraciones a favor de ellos, de esta forma comprendemos que la pastelería vivía un poco al ritmo de las fiestas religiosas y se festejaban siempre con pasteles, en nuestros días la pastelería cada vez forma parte importante del consumo diario, pero sigue estando íntimamente asociado a la idea de alegría, fiesta y placer.

La Pastelería o también conocida como Repostería ya contaba con su propia historia en el año 1566, bajo el reinado de CARLOS IX, aquí nace la corporación de pasteleros, que reglamenta el aprendizaje y el acceso a la maestría, el mismo que se examinaba a través de la confección de obras de verdaderos maestros.

En el siglo XVII llega el descubrimiento de la Levadura, lo que viene a enriquecer el campo de la bollería con una aparición de brioques y muchas especialidades afines, lo cual se debe recalcar que el descubrimiento de la levadura biológica es lo que contribuye con mayor fuerza a especializar al sector panadero por un lado y al pastelero por otro, aunque en aquellos tiempos existía muchas cosas en común en el trabajo de masas de pan y pasteles.

Ya en el siglo XVIII en Francia se inicia el desarrollo de las masas de hojaldre, más adelante se hojaldra y se fermenta y a finales de siglo se desarrolló con mucha fuerza una buena línea de bollería.

A principios del siglo XIX, los pasteleros ya tienen un gran repertorio de especialidades, en esta época un famoso cocinero – pastelero Antonin Careme, publica su obra titulada EL PASTELERO REAL, considerada como la innovación más moderna. En el transcurso de este siglo la profesión precisa sus recetas, sus procesos, sus técnicas para de esa manera mejorar su tecnología, seleccionar sus utensilios y calificar sus materias primas, muchos establecimientos famosos de la actualidad fueron creados en esa época.

Dentro de la repostería el elemento principal es: el azúcar; y otros en gran escala como: huevos, leche, harina, mantequilla, frutas, chocolate, esencias y licores.

Dentro del mundo de la repostería y pastelería existe una diversidad de postres y pasteles que deleitan nuestro paladar. A gran diferencia de otros de otros alimentos preparados con harina para elaborar el pan, donde el principal objetivo es amasar la mezcla con la finalidad de explotar al máximo las propiedades elásticas del gluten, los postres y tortas de diferentes sabores se intenta obtener la menor agitación en su preparación al momento de realizar la masa, esto es el momento en que se agrega el harina. Los chefs pasteleros y reposteros optan por la utilización de levaduras de diferentes características o bicarbonato sódico

(polvo de hornear), pues esto causa que por medio de la actividad leudante los productos a obtener sean esponjosos y no chiclosos.

### **iii. Tipos de masas o pasta utilizadas en repostería.**

Las Pastas: Son las mezclas de los ingredientes tales como la harina, y una proporción de mantequilla o margarina y agua, que dan como resultado una masa que si se deja secar, la misma puede servir para unir algo, si se hornea se transforma en una especie de pan, o en la base para una tarta y por supuesto, se transforma en una pasta que será utilizada para realizar diferentes tipos de postres de repostería, como veremos más adelante. Este tipo de pastas se pueden utilizar solas o acompañadas y rellenas con diferentes tipos de frutas, cremas, natillas, budines, etc. Cuando se les añaden una proporción abundante de mantequilla o margarina se le llama Pasta de Hojaldre.

Las Pastas se pueden clasificar de la siguiente forma:

La Pasta Quebrada: esta pasta tiene en su contenido una mayor cantidad de harina que de mantequilla o margarina. Y la misma se puede manejar y cortar fácilmente cuando aún se encuentra en estado crudo, al estar ya horneada tiene una característica típica de quebrarse al tacto y además predomina en su sabor el de la mantequilla o la margarina que le fueron añadidos.

La Pasta Azucarada: Para lograrla se utilizan los mismos ingredientes que la pasta quebrada, pero se le añade una cantidad determinada de azúcar, para

darle el sabor azucarado. Esta es la que se utiliza para elaborar las diferentes recetas de las galletas.

La Pasta Brisée: esta pasta utiliza los mismos ingredientes que la pasta quebrada, pero a su preparación se le añaden huevos.

La Pasta Arenilla o Sablée: Es una pasta que tiene las características de la pasta quebrada y de la pasta azucarada, por ser elaborada con los mismos ingredientes que se utilizan para realizar dichas pastas, pero lleva una mayor cantidad de mantequilla o margarina en su preparación, por lo cual le da una característica especial, que es que al morderla la misma se deshace en tu boca.

La Pasta Hojaldrada: Es una masa que se debe trabajar con mucha cantidad de grasa o de mantequilla cortada de una forma especial, además de no requerir polvo de hornear para levar y la preparación de la masa tiene varias fases de trabajo para poder incluir la grasa en la masa, la grasa al hornearla se distribuye en todas las láminas que se trabajaron, y por lo cual la pasta al estar lista tiene una linda formación de varias capas.

Pasta Strudel o Philo: Es la preparación de una pasta que tiene por ingredientes principales la harina, el agua, poca cantidad de grasa, otros ingredientes como el requesón son utilizados frecuentemente, pero si se necesita un largo tiempo de amasado delicado y trabajoso y cumplir con los pasos especificados en la

receta, para lograr que la masa tenga la característica especial de delgadez y finura, casi transparente.

Si la masa fue correctamente trabajada, deberá ser por fuera crocante y por dentro deberá ser jugosa y suave, al estar ya horneada.

La Pasta para Churros o para freír: Utilizan harina, huevos, azúcar, en algunos casos levadura o polvo de hornear, para elaborarlos. La característica esencial de estas pastas es que solo se preparan de forma freída en ollas de fondo grueso, con mucha cantidad de aceite. Con esta pasta se pueden hacer las panquecas, los típicos churros, y en algunos casos se pueden elaborar con esta pasta los waffles en una wafflera.

Las Masas: son las mezclas de harina que utilizan la levadura como ingrediente principal, y las cuales deben tener un proceso de levamiento y reposo adecuado, para que al hornearlos queden esponjosos y con un tamaño adecuado. Con estas se elaboran los panes, los pannetones, las trenzas de pan, los brioches, el savorín, etc.

#### **iv. Tipos de cremas utilizadas en repostería y pastelería.**

Las Cremas: Son mezclas a base de huevos, leche, mantequilla y almíbar, su textura no es espesa. Se elaboran con diferentes sabores, a las cuales se les pueden añadir licores, especias, extractos o esencias para darles sabor. Algunas llevan cremas de leche o nata batida como ingrediente principal.

Las especias como: el jugo de limón, lima o toronja, chocolate, cacao, coco rallado, etc. siempre se deberán añadir al principio de la preparación. Las esencias como: la vainilla, el extracto de almendra o de maple, extracto de fresa, etc. siempre deberán agregarse al final de la preparación, antes de retirarse del fuego. Los licores como: el ron, la kahlua, el ron aromático con sabor a naranja, y otros; siempre se añadirán fuera del fuego a la preparación.

Las cremas se utilizan para rellenar tartas, eclairs, CreamPuffs o Profiteroles, Pastelillos, cuernitos, napoleones (pastel tipo sandwich de tres capas) y otros tipos de postres, entre las más conocidas dentro de la tradición francesa son las siguientes:

La Crema Chantilly: Es conocida como la crema de batir, para prepararla se utiliza una crema de leche o nata con un porcentaje de un 30% de grasa y azúcar, hasta obtener un punto denominado de turrón. Esta crema debe su nombre a la reputación que recibía la cocina ubicada en el Castillo de Chantilly, donde laboraba el famoso Vatel, a mediados del siglo XVII.

La Crema de Mantequilla (CrèmeauBeurre): Es una crema tradicional francesa. Su ingrediente primordial es la mantequilla a la cual se le agrega los mismos ingredientes de una crema inglesa, además de agregarle un tipo de almíbar o un merengue, junto a un saborizante.



Al preparar este tipo de crema, se tendrá especial cuidado de que los ingredientes se encuentren a temperatura ambiente para que puedan ser mezclados correctamente y la mantequilla tenga una consistencia cremosa.

La Crema Inglesa: Es preparada con las yemas de los huevos, las cuales le darán una consistencia especial, y además se le añadirá el azúcar y la leche. Si a esta preparación se le añaden otro tipo de ingredientes: la denominación de la crema resultante tomará el nombre del ingrediente, ejemplo: crema de chocolate, crema de café, crema de caramelo, crema de vainilla, etc.

La Crema Pastelera: esta crema es bastante parecida a la crema inglesa, su diferencia radica en que su consistencia es más espesa, parecida a un budín, ya que se le agrega fécula de maíz o maicena, la cual le confiere una textura tersa. También se le pueden añadir otros ingredientes saborizantes como: vainilla, almendras, praliné en polvo, nueces, etc. También este tipo de crema se puede utilizar para elaborar el pay clásico de limón, sustituyendo la leche por el agua, para que así sea más liviana su consistencia.

La Crema Bavuesa: Es un tipo de crema pastelera, pero su ingrediente fundamental es la gelatina. Se emplea para rellenar creampuffs (Profiteroles), tartas o pays.

El Ganache: es una crema de chocolate clásica, que se elabora con una crema espesa para batir, chocolate fundido semidulce o semiamargo, junto con algún saborizante como un extracto/esencia o un licor.

#### **v. La Repostería como forma de decoración.**

Depende la variedad del postre o pastel, estos pueden llevar una infinidad de productos que se ofertan en el mercado con el fin de acaparar la mayor atención del cliente, estos a su vez en varios establecimientos de la época actual, intentan realizar nuevas preparaciones gastronómicas utilizando técnicas simples y que a su vez funcionan, para lograr un producto final de óptima calidad y en las mejores condiciones para mantenerlo durante más tiempo en exhibición o antes de consumo.

Las diferentes variedades como ejemplo se puede tomar el pastel en capas cuyos ingredientes varían según las preferencias de nuestros comensales. Los pasteles de varias capas suelen prepararse utilizando varios pasteles delgados que luego son colocados uno sobre el otro formando las capas, con crema o fruta entre cada capa. El producto terminado suele cubrirse con crema u otra decoración. Suele cortarse y servirse como si la separación entre capas no existiera.

En algunas ocasiones se pueden agregar los ingredientes separando las capas antes de meter el pastel al horno. A veces también se corta un pastel grande horizontalmente para crear las capas con el objetivo de introducir crema o fruta entre ellas. Cuando las capas están separadas por columnas (como sucede en un pastel de bodas) o cuando cada capa tiene un diámetro distinto (generalmente dándole al pastel una apariencia de pirámide escalonada) se le llama piso a cada capa y suelen comerse por separado.

Cuando las capas están separadas por columnas (como sucede en un pastel de bodas) o cuando cada capa tiene un diámetro distinto (generalmente dándole al pastel una apariencia de pirámide escalonada) se le llama piso a cada capa y suelen comerse por separado.

La crema es un glaseado especial hecho con manteca, leche, agua, azúcar, mantequilla, yemas de huevo y a menudo también colorante artificial. El azúcar de repostería no es más que azúcar normal molida hasta que esté extremadamente fina para que así pueda ser espolvoreada o dejada caer en forma de nieve sobre el pastel. Las chispas suelen estar hechas de chocolate, pero también pueden ser caramelos minúsculos, insípidos, y multicolores, utilizados para dejarse caer en forma de lluvia sobre la crema.

La crema suele untarse sobre el pastel con un cuchillo o espátula, el espesor dependiendo del gusto. A veces la crema tiene un aspecto similar al de la crema chantilly, producto de batirla hasta atrapar burbujas de aire en ella. Esta crema batida puede luego utilizarse para agregar decoraciones voluminosas.

Sin embargo, estas decoraciones ligeramente más complicadas suelen requerir equipo especial, tales como inyectoras o bolsas de repostería con boquillas especiales.

Los distintos colores de las cremas se usan para hacer formas sobre la superficie del pastel, tales como para escribir "Feliz Cumpleaños" o dibujar un personaje

de dibujos animados. A finales del siglo 20, se hicieron disponibles al público nuevos productos para la decoración de pasteles. Estos incluyen esparcidores especiales de chispas y métodos para transferir una imagen impresa a un pastel. A veces se le agregan adornos pre-hechos al pastel como números o figuras plásticas o comestibles. También existen hojas de chocolate que pueden ser colocadas donde se desee. Las formas hechas de mazapán también son populares.

#### **vi. La pastelería y repostería como establecimiento**

En la actualidad esta profesión es vista como un trabajo más en nuestro medio social, algunas personas quienes viven de esto ya lo ven como un negocio familiar, a más de esto se dividen en:

- Fábricas. A menudo producen los pasteles para luego transportarlos a numerosos puntos de venta a lo largo de una región. Normalmente trabajan para sí o tiendas similares.
- Negocios familiares. Pueden especializarse en productos de un tipo específico, tales como pasteles con recetas originarias de una zona específica del mundo.
- Franquicias. Forman parte de cadenas de pastelerías. Sus pasteleros y/o panaderos suelen seguir recetas predeterminadas por la compañía, que es la que establece la gama de productos.

En nuestra actualidad convertirse en panadero, pastelero y/o repostero es un reto pues se debe tener como principal requisito el gusto por ejercer esta profesión y no como una obligación.

d. **EMPRENDIMIENTO**

i. **Concepto**

Se puede definir el emprendimiento como la manera de pensar, sentir y actuar, en búsqueda de, iniciar, crear o formar un proyecto a través de identificación de ideas y oportunidades de negocios, viables en términos de mercados, factores económicos, sociales, ambientales y políticos, así mismo factores endógenos como capacidad en talento humano, recursos físicos y financieros, que le permiten al emprendedor una alternativa para el mejoramiento en la calidad de vida, por medio del desarrollo de un plan de negocio o la creación de empresas. Es así como el emprendimiento hoy día se ha convertido en una opción de vida.

ii. **Emprendedor**

Emprendedor es aquella persona que enfrenta con resolución, acciones difíciles. En economía, negocios, finanzas, etc. tiene el sentido más específico de ser aquel individuo que está dispuesto a asumir un riesgo económico. Desde este punto de vista, el término se refiere a quien identifica una oportunidad y organiza los recursos necesarios para ponerla en marcha.

Es habitual emplear este término para designar a una «persona que crea una empresa» o que encuentra una oportunidad de negocio, o a alguien quien empieza un proyecto por su propia iniciativa. Se ha sugerido que, el “ser emprendedor” es una de las cualidades esenciales de un empresario, u hombre de negocios, junto a la innovación y la organización.

### **iii. Etimología**

Ese sentido y evolución está estrechamente relacionado con el vocablo francés entrepreneur, que aparece a principios del siglo XVI. A principios del siglo XVIII los franceses extendieron el significado del término a los constructores de puentes, caminos y los arquitectos. El emprendimiento es también, una conjunción de valores para lograr destinos.

### **iv. Contexto actual y desarrollo**

Todo lo anterior ha dado origen a dos posiciones o percepciones principales: Primero, una posición que puede ser trazada a Adam Smith y los clásicos en general, para quienes la innovación es una cualidad humana que se manifiesta en la solución de los problemas: dado la existencia de estos, alguien los percibirá y encontrará alguna solución. Algunas de esas posibles soluciones fallarán o no serán adoptadas. Otras adquirirán una gran difusión y éxito económico.

Esta posición está representada en la actualidad en las posiciones de la llamada escuela austriaca: “El emprendedor está alerta ante las oportunidades que se presentan en el mercado. Allí donde el emprendedor cree ver un desfase de precios entre los recursos y sus usos, se vislumbra y se puede explotar una oportunidad de negocio.

En un entorno de incertidumbre, el emprendedor puede equivocarse en sus presunciones. Si acierta, la implicación es que ha encontrado un mejor uso para el recurso hasta entonces infravalorado, y el mercado le premia con beneficios que, como bien sabemos, tienen una vida efímera. Si falla, ha malgastado ese recurso, y no le queda más que soportar las pérdidas de su fallida actuación.”

#### **v. Emprendedores sociales**

También se llama emprendedora a la persona que emprende por igual la creación de otros tipos de organización o instituciones no necesariamente comerciales, por ejemplo cívicas, sociales, o políticas. Esto debido a que el acto

de emprender en sí no sólo es característico del mundo de los negocios o el comercio, sino que es transversal a la sociedad del siglo 21.

Un caso "mixto" es el del emprendedor o emprendimiento social que busca generar beneficios económicos a la par de tener un enfoque desarrollado en potenciar el bienestar humano que trascienda lo económico.

#### vi. **Estudio de mercado**

El estudio de mercado consiste en una iniciativa empresarial con el fin de hacerse una idea sobre la viabilidad comercial de una actividad económica.

- **Análisis del entorno.**- Para que una compañía obtenga una ventaja competitiva, debe permanecer vigilante, y estar permanentemente rastreando los cambios que se producen en su entorno. También tiene que ser ágil para alterar sus estrategias y planes cuando surge la necesidad.
- **Análisis del consumidor.**- estudia el comportamiento de los consumidores para detectar sus necesidades de consumo y la forma de satisfacerlas, averiguar sus hábitos de compra (lugares, momentos, preferencias...), etc. Su objetivo final es aportar datos que permitan mejorar las técnicas de mercado para la venta de un producto o de una serie de productos que cubran la demanda no satisfecha de los consumidores.



- Análisis de la competencia.- Estudia el conjunto de empresas con las que se comparte el mercado del mismo producto.

vii. **Antecedentes de estudio de mercado.**

El estudio de mercado surge como un problema de marketing y que no podemos resolver por medio de otro método. Al realizar un estudio de este tipo resulta caro, muchas veces complejos de realizar y siempre requiere de disposición de tiempo y dedicación de muchas personas.

Para tener un mejor panorama sobre la decisión a tomar y una resolución de los problemas de marketing, utilizamos una herramienta de auxilio como es el estudio de mercado, el mismo que contribuye a disminuir el riesgo que llevan la mayor parte de las decisiones y a su vez permiten conocer mejor los antecedentes del problema.

El estudio de mercado es pues, un apoyo para la dirección superior, no obstante, este no garantiza una solución buena en todos los casos, más bien es una guía que sirve solamente de orientación para facilitar la conducta en los negocios y que a la vez tratan de reducir al mínimo el margen de error posible.

En el caso de proyectos de inversión, lo primero que se debe hacer es:

- Definir las necesidades reales de información respecto al mercado.
- Desarrollar la información a partir de los registros.
- Segmentar los procesos de investigación de mercados.

Si son clientes particulares, identifica:

- Ubicación
- Hábitos de consumo.
- Situación geográfica y demográfica.

Una vez analizados todos estos parámetros podemos realizar los siguientes análisis y es denominado FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas), las cuales nos ayudara a realizar un esquema de la situación actual en la que se encuentra la empresa.

#### **viii. Demanda:**

La demanda es la cantidad de un bien o servicio que la gente desea adquirir. Este proyecto cuenta con una gran aceptación en tal virtud, que, en la comunidad que van a ser aplicados y utilizados nuestros recursos se puede lograr la creación del establecimiento en base a un estudio de ofertas y demandas que a continuación lo realizaremos, para proyectarnos y consolidarnos en el mercado gastronómico local y nacional.

## **1. Objetivo de análisis de la demanda**

El principal objetivo de la demanda es determinar y medir las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado con respecto a un servicio o un producto, su precio, indicador económico, etc.

## **2. Demanda en el estudio de mercado**

Se clasifica en dos tipos de demandas:

- Demanda insatisfecha: esta se da cuando un bien, producto o servicio no completa o no satisface las necesidades de un cliente.
- Demanda satisfecha saturada: significa que el producto, bien o servicio ya no puede soportar más en el mercado, pues todo está siendo utilizado plenamente.
- Demanda satisfecha saturada: esta demanda es aquella que se encuentra aparentemente saturada, pero sabemos que podemos abrir mercado por ese lado.

## ix. **La oferta**

La definición más cercana, es la cantidad del bien o servicio que el vendedor pone a la venta. Este bien o servicio puede ser cualquier tipo de producto que satisfaga las necesidades del cliente. Dentro de sus actividades existen cantidades que no han cubierto con las necesidades del cliente, es decir que el cliente aún tiene un amplio mercado por escoger dentro de un innúmero de materia prima que se puede entregar en el campo laboral profesional.

### **1. Análisis de la actual oferta.**

Es la que vamos a buscar caracterizar en la evolución de la oferta.

#### ➤ **Caracterización del mercado.**

Es la recopilación, procesamiento y análisis de toda la información que nos permitirá aclarar el comportamiento del mercado de una manera estructural de la competencia.

#### ➤ **Pronóstico de la oferta.**

En este punto trataremos de identificar cual será la evolución de la oferta en el futuro.

➤ **Objetivo del análisis de la oferta**

Determinar o medir cuales son las capacidades de consumo de un bien, producto o servicio que está al servicio de una sociedad.

➤ **Competencia.**

En el mundo real, es difícil encontrar estructuras de mercado que garanticen la transparencia plena tanto para consumidores como para competidores. No siempre las posiciones competitivas son iguales y por lo tanto, es necesario analizar detalladamente la clase de mercado que se afronta, para poder realizar un análisis claro de la realidad competitiva presente.

**e. PROVEEDORES.**

Se conoce como proveedor a la empresa que presta servicios con la entrega de materias primas, equipos, envases, etc. Para producir y vender la materia prima en productos elaborados.

- Precios
- Condiciones de pagos

- Calidad
- Entre otros

**f. PROPAGANDA**

En cualquier investigación sirve para indicar cuál es el mejor comunicador para la venta de un bien, producto o servicio.

**i. En qué momento es necesario realizar un estudio de mercado?**

El mejor momento para realizar un estudio de mercado es cuando:

- Se quiere abrir un nuevo negocio.
- Lanzamiento de un nuevo producto al mercado.
- Cuando se quiere ampliar el mercado de un negocio existente.

**ii. Métodos de investigación de mercados.**

Existen varias maneras para conocer los diferentes métodos de investigación:

- Entrevista.- son las encuestas que comúnmente las conocemos cuyo objetivo es conocer información bien detallada.

- Observación y sondeo.- es una manera barata de obtener observación detallada y de manera directa con la persona entrevistada.

### **iii. Estudio financiero**

Los aspectos principales que deben ser tomados en cuenta en este estudio son los siguientes:

1. Determinación del capital o monto de inversión inicial, esto incluye el capital de trabajo.
2. Alternativas de financiamiento para la inversión inicial.
3. Estimación de los flujos de caja aproximados para su evaluación respectiva.

### **iv. Determinación del monto o capital de inversión inicial.**

Consta de tres partes las cuales son activos fijos, activos nominales y capital de trabajo inicial.

#### **1.1. Activos fijos**

1.1.1. Terrenos

1.1.2. Edificios

1.1.3. Vehículos

1.1.4. Maquinaria y equipos

## **1.2. Activos nominales**

1.2.1. Gastos de organización

1.2.2. Puestas a punto (maquinarias y equipos antes de su funcionamiento)

1.2.3. Capacitaciones del personal

1.2.4. Permisos, patentes, uso de marcas como franquicias, etc.

1.2.5. Gastos varios e imprevistos.

## **1.3. Capital inicial de trabajo**

El capital de trabajo es el recurso económico destinado al funcionamiento inicial y permanente del negocio, que cubre el desfase natural entre el flujo de ingresos y egresos. Entre los activos y los pasivos circulantes.

El capital de trabajo sólo se usa para financiar la operación de un negocio y dar margen a recuperar la cartera de ventas. Es la inversión en activos a corto plazo y sus componentes son el efectivo, valores negociables, cuentas por cobrar e inventario. El capital de trabajo también es conocido como fondo de maniobra, que implica manejar de la mejor manera sus componentes de manera que se puedan convertir en liquidez lo más pronto posible.



Es un Presupuesto que proporciona un plan global para un ejercicio económico próximo. Generalmente se fija a un año, debiendo incluir el objetivo de utilidad y el programa coordinado para lograrlo. Consiste además en pronosticar sobre un futuro incierto porque cuando más exacto sea el presupuesto o pronóstico, mejor se presentara el proceso de planeación, fijado por la alta dirección de la Empresa.

**v. Alternativas de financiamiento para la inversión inicial.**

Son las fuentes de financiamiento que buscamos para la inversión como son el caso del financiamiento externo.

**1.4. Fuentes propias:**

1.4.1. Aportes de los socios en las sociedades.

1.4.2. Acciones emitidas por sociedades anónimas

1.4.3. Presupuestos de organizaciones gubernamentales o del estado.

**1.5. Fuentes externas:**

1.5.1. Préstamos de instituciones financieras o bancarias.

1.5.2. Prestamos de instituciones nacionales o extranjeras.

## **2. Estimación de los flujos de caja aproximados para su evaluación.**

Para el flujo neto de fondos de un proyecto está compuesto por:

- Egresos de fondos por inversión inicial.
- Ingresos y egresos de fondos de operación.
- Valor de recuperación de los activos del proyecto al fin de su vida útil.

Aquí notamos que solo se habla de ingresos y egresos de fondos, es decir solo de entradas y salidas de dinero los cuales no son conceptos contables. En este punto lo que vamos a poner en marcha en lo que se refiere a aspectos contables, son las amortizaciones de los gastos de organización, puestas a punto de maquinarias y equipos. Estos y otros conceptos de pagos generan diversos impuestos a pagar.

También tenemos que tomar en cuenta lo siguiente:

- El presupuesto no debe sustituir a la administración si no todo lo contrario es una herramienta dinámica que debe adaptarse a los cambios de la empresa.
- Su éxito depende del esfuerzo que se aplique a cada hecho o

actividad.

- Es poner demasiado énfasis a los datos provenientes del presupuesto. Esto puede ocasionar que la administración trate de ajustarlo o forzarlos a hechos falsos.

## **vi. Estudio técnico**

En el estudio técnico lo que buscamos es la posibilidad técnica de fabricación del servicio que se pretende.

### **1. Tamaño Optimo**

El tamaño de un proyecto es su capacidad instalada y se expresa en unidades de producción por año, todo esto conlleva no solo a la capacidad de producción, sino a los turnos de trabajos realizados, pues con una gran inversión se tiene que sacar en el menor tiempo posible.

El análisis de la cantidad demandada proyectada conducirá a seleccionar distintos tamaños, dependiendo de la decisión respecto a definir una ó varias fábricas, de tamaño igual o diferente, en distintos lugares y con un número de turnos que pudiera variar entre ellos.

La disponibilidad de insumos, tanto humanos como materiales y financieros es otro factor que condiciona el tamaño de un proyecto. Los insumos podrían no estar disponibles en la cantidad y calidad deseada, limitando la capacidad de uso del proyecto o aumentando los costos del abastecimiento.

Entonces, será necesario investigar las reservas de recursos renovables y no renovables, la existencia de sustitutos e incluso la posibilidad de cambios en los precios reales de los insumos a futuro.

## **2. Localización óptima del Proyecto**

Es el análisis de las variables (factores) que determinan el lugar donde el proyecto logra la máxima utilidad o el mínimo costo. Las alternativas de instalación de la planta deben compararse en función de las fuerzas ocasionales típicas de los proyectos. Los siguientes factores:

- Medios y costos de transporte
- Disponibilidad y costo de mano de obra
- Cercanías de las fuentes de abastecimiento
- Factores ambientales
- Cercanía del mercado
- Costo y disponibilidad de terrenos
- Topografía de suelos
- Estructura impositiva y legal

- Disponibilidad de agua, energía y otros suministros
- Manejo de desechos

### **3. Ingeniería del proyecto**

Son todos los recursos que, técnicamente aprovechamos en diversos procesos productivos, sean estos manuales o automatizados. La elección dependerá directamente del monto de capital inicial con el que contamos.

## **4. Producto**

### **4.1. Concepto**

Un producto es cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para satisfacer un deseo o una necesidad. El producto es parte de la mezcla de marketing de la empresa, junto al precio, distribución y promoción.

También se puede definir a los bienes o productos físicos y estos productos son denominados son elementos tangibles

Servicios: son intangibles, son inseparables (se producen y consumen al mismo tiempo), son variables y son indurables.

### **4.2. Características del producto**

El producto que va a ser ofertado no solo será de un solo tipo, sino variado, principalmente eso es lo que le llama la atención al cliente y eso es lo que va a ofrecer la empresa nueva. Generalmente las características de un producto son detalladas de acuerdo al producto que oferta la empresa como pueden de ser tangibles o intangibles.

## **vii. Evaluación financiera.**

Los principales estudios a tomarse en cuenta son los siguientes:

Para la evaluación de los proyectos de inversión es necesario realizar una serie de estudios, los cuales nos van a ayudar determinar si el proyecto es o no factible para la realización de dicho proyecto, estos son: FNC (Flujo Neto de Caja) total por cada dólar de inversión, FNC promedio por dólar de inversión, periodo real de recuperación. Punto de equilibrio, Valor Actual Neto VAN y la Tasa Interna de Retorno TIR.

### **1. Valor Actual Neto (VAN)**

El VAN de un proyecto refleja los costos reales o actuales de sus futuras entradas y salidas en efectivo, lo cual significa que todas sus liquidaciones han de ponerse a punto cero al principio de un nuevo año (comienzo de una nueva ejecución) a una tasa de actualización previamente fijada. Cuando tenemos un

valor por lo general mayor que cero o por lo menos igual a 0, es aceptable, pero dentro de una selección ha de tomarse el que tenga un mayor puntaje.

## **2. Tasa Interna de Retorno (TIR)**

Refleja claramente los fondos invertidos, el TIR es la máxima tasa de interés que existe que tiene que pagar o que gana sin amortizarse en un periodo de tiempo y que conlleva la recuperación o consumo del capital.

## **3. Relación Beneficio/Costo**

La relación beneficio/costo se obtiene dividiendo el valor actualizado del flujo de ingresos, por el valor actualizado del flujo de costos.

*Relación B/C=VAN Ingresos*

*VAN egresos*

## **viii. Gastronomía.**

Gastronomía es el estudio de la relación del hombre, entre su alimentación y su medio ambiente (entorno). La gastronomía estudia varios componentes culturales tomando como eje central la comida.

Podemos observar que la gastronomía no sólo tiene relación con la comida, sino que también con las distintas culturas que existen en la tierra. Ya que la gastronomía, está inexorablemente vinculada, a la cultura de un país. Por lo mismo es que podemos señalar, que cada país posee su propia gastronomía. Es así que hablamos de la gastronomía francesa, italiana, china, mexicana, peruana, etc. Todas cuales, se han ido popularizando, con el correr de los años, debido no sólo a que sus inmigrantes las han introducido por todo el mundo, sino que también por su excelencia en la preparación de diversos platos. Platos que han logrado imponerse, en los distintos paladares nacionales y extranjeros.

Es por todo aquello, que existen estudios de gastronomía, los cuales se ven reflejados en diversa literatura. Y es que en la gastronomía, uno puede ver una gran gama de elementos o materias, las cuales confluyen dentro del término. Podemos señalar a la historia, la sociología, la antropología, diversas artes, el estudio de los alimentos por parte de la agronomía, etc. Todos los elementos o materias presentes en la cultura arraigada de una nación. La cual, con el paso de los siglos, va dando forma a la gastronomía típica de aquel país o región.

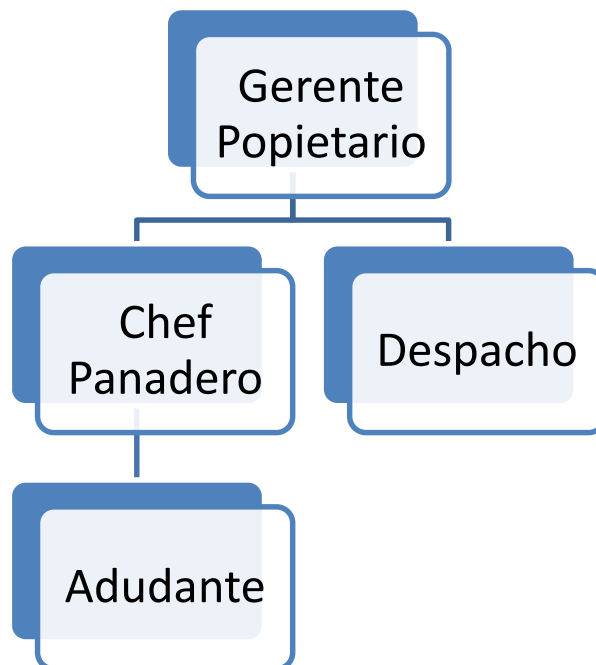


## ix. MARCO LEGAL

### 1. Estudio Administrativo

En esta etapa de nuestro proyecto se definirá, como y quien lo ejecutara, si es como empresa unipersonal, familiar, societaria, etc. También se establece un organigrama estructural en la cual se debe presentar una visión por parte de la organización y que además debe definir claramente los niveles jerárquicos.

**Gráfico 5. Organigrama de la empresa**



Fuente. Trabajo de campo

Diseño. Freire, J. (2011)

## **2. Estudio Legal**

La empresa nueva que se vaya a crear, tiene que sujetarse a las normas y reglamentos que disponen en su jurisdicción a más de los requisitos que demande el estado, como son los siguientes:

- Ley de compañías y leyes relacionadas con las empresas, los gremios y otros instrumentos legales, defina según su conveniencia pero ajustando al marco legal correspondiente el tipo de empresa que establecerá.
- Impuestos municipales.
- Impuestos al servicio de rentas internas (RUC).
- Impuestos por la licencia de funcionamiento que entrega el Ministerio de Salud Pública.

## **3. Recetario**

### **i. Definición de receta estándar**

La receta estándar es una manera de saber los costos reales de todos los ingredientes que intervienen en una preparación, a más de esto contiene las cantidades detalladas, preparación y costos unitarios de los productos a utilizarse.

El personal de cocina debe saber con exactitud que menús va a preparar, la producción para ese día así como el diferente tipo de mise en place, para las preparaciones posteriores.

La receta estándar es un formato con el cual nos manejamos y obtenemos los mejores resultados en cada una de las preparaciones gastronómicas que son realizadas.

#### **IV. METODOLOGIA**

##### **a. LOCALIZACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN**

El presente estudio tendrá lugar en el cantón Baños, que pertenece a la provincia de Tungurahua, en la parroquia matriz que lleva el mismo nombre (Baños), barrio La Unión con una duración aproximada de seis meses a partir de la aprobación del anteproyecto.

##### **b. TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

La presente es una investigación de método no experimental, que se llevará a cabo usando técnicas de investigación bibliográfica y de campo, a un nivel exploratorio, descriptivo, analítico y prospectivo.

## **c. POBLACION Y MUESTRA**

### **i. Población.**

Baños de Agua Santa, es uno de los cantones que conforman la provincia de Tungurahua. Se encuentra al centro del país, en la región geográfica conocida como sierra. La ciudad de Ambato es su capital administrativa.

Tiene una extensión de 3.334 km<sup>2</sup>, se encuentra a 2.620 metros sobre el nivel del mar.

Además de ser entrada al Oriente ecuatoriano, Baños de Agua Santa, cuenta con toda la infraestructura adecuada para recibir a turistas sean esta nacionales o extranjeros.

La ciudad de Baños de Agua Santa, es un cantón perteneciente a la Provincia de Tungurahua, tiene la Parroquia matriz del mismo nombre, este es el lugar a aplicarse la encuesta para la investigación, cuenta con una población de 19.212 habitantes según el último censo realizado por el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos), pero lo cual tomando una muestra de población económicamente activa (PEA), entre un rango de 15 años en adelante el universo del presente estudio es 12.000.

Para determinar el número de encuestas a realizarse se utilizará una fórmula estadística para poblaciones finitas.

Formula estadística:

Campo y expires.

$$n = \frac{m}{e^2(m-1)+1}$$

Dónde:

**n**= tamaño de la muestra

**m**= tamaño de la población.

**e**= error admisible (aceptable hasta el 5%)

**CLIENTES:**

$$n = \frac{12000}{(0,05)^2(12000-1)+1}$$

$$n = \frac{12000}{(0,0025)(11999)+1}$$

$$n = \frac{12000}{30,99}$$

*n*= 387,22

*n*= 387

#### **d. DESCRIPCIÓN DE PROCEDIMIENTOS**

##### **i. Investigación de mercado y marketing**

Para la realización de la investigación de mercado es necesario conocer qué tipo de personas serán encuestadas para obtener los resultados requeridos, de esta manera sabremos si el proyecto es factible o no, con estos resultados continuaremos con nuestro emprendimiento, la encuesta es solo realizada a las personas que habitan en el antes mencionado cantón y provincia.

##### **ii. Plan de empresa**

###### **1. Aspectos Técnicos**

En base al Perfil de los Clientes identificados en el estudio de mercado, se determinó el servicio que se va a ofertar, en nuestro establecimiento, cuáles serán mejorados y otros que no se tienen que poner para la comodidad del consumidor final.

## **2. Aspectos Jurídico – Mercantiles**

En todo lo que se refiere al Aspecto Legal de la empresa “El Dulce Aroma Francés”, se estableció la forma jurídica del servicio, trámites y permisos legales correspondientes al lugar donde se va a implementar esta empresa así como los gastos de constitución y la investigación para la emisión de los permisos y afiliaciones pertinentes.

## **3. Estrategias de Marketing**

El Marketing es el conjunto de técnicas que con estudios de mercado intentan lograr el máximo beneficio en la venta de un producto: mediante el marketing podremos saber a qué tipo de público le interesa nuestro producto. La función primordial es la satisfacción del cliente (potencial o actual) mediante las cuales pretendemos diseñar el producto, establecer precios, elegir los canales de distribución y las técnicas de comunicación más adecuadas para que este sea consumido en la mayor cantidad posible.

A más de esto se estableció los Estándares de calidad que debe tener el servicio en base a los lineamientos gastronómicos que este proyecto demande.

- Medios de Publicidad
- Relaciones Públicas
- Promoción

#### **4. Gestión del Talento Humano**

Se estableció la estructura orgánica – funcional del recurso humano como la estructura organizativa en servicio de ventas de la empresa, así, como en el departamento de producción, la descripción del puesto de trabajo, el perfil del trabajador, costos y salarios en donde se utilizó una ficha profesiograma de tipo 1 y 2, la ficha profesiograma y la matriz de selección.

#### **5. Aspectos Económicos – Financieros**

Para la realización de los análisis económico se determinaron: activos fijos, capital de trabajo, fuentes de financiamiento y usos de fondos, Cálculo del servicio de la deuda, Cálculo de depreciaciones y las amortizaciones, Presupuesto de costos y gastos, ingresos, Estado de Resultados, Flujo de Caja Proyectado.

#### **6. Aspectos Ambientales**

El proyecto no conlleva a un impacto ambiental fuera de lo común, para eso se seguirán las normas adecuadas que rigen en la parroquia matriz, así como lo exigen los diferentes permisos antes de que entre en funcionamiento la empresa, de esta manera no tendremos ningún tipo de contratiempo antes de la apertura de nuestra empresa.



- **Proyecto de Factibilidad**

Para realizar la evaluación económica y financiera del proyecto se determinó:

- Fuentes de financiamiento.
- Activos fijos.
- Activos diferidos y capital de trabajo de la empresa.
- Calculo de servicio de deuda de la empresa.
- Usos de fondos.
- Calculo de depreciaciones y amortizaciones.
- Presupuesto de costos y gastos.
- Ingresos.
- Estados de resultados.
- Flujo de caja proyectado.
- Balances de caja iniciales y proyectados.
- Calculo de los índices de rentabilidad VAN TIR.

## **V. RESULTADOS Y DISCUSION**

### **a. INTERPRETACIÓN, TABULACION Y ANALISIS**

#### **i. Presentación, Tabulación y Análisis de los datos obtenidos de la investigación de Mercado y Marketing.**

La población de la Ciudad de Baños de Agua Santa, provincia de Tungurahua, cuenta con aproximadamente 19,212 habitantes de los cuales, tomando un universo de 12,000 personas entre hombres y mujeres en un rango de 15 años en adelante que representa el 62% de la población consumidora.

- **Resultados del estudio de la demanda.**

La aplicación de las encuestas al segmento de mercado que fue determinado en la ciudad de Baños de Agua Santa, permitió obtener los siguientes resultados.

#### **1.1. Frecuencia de acudir a una panadería.**

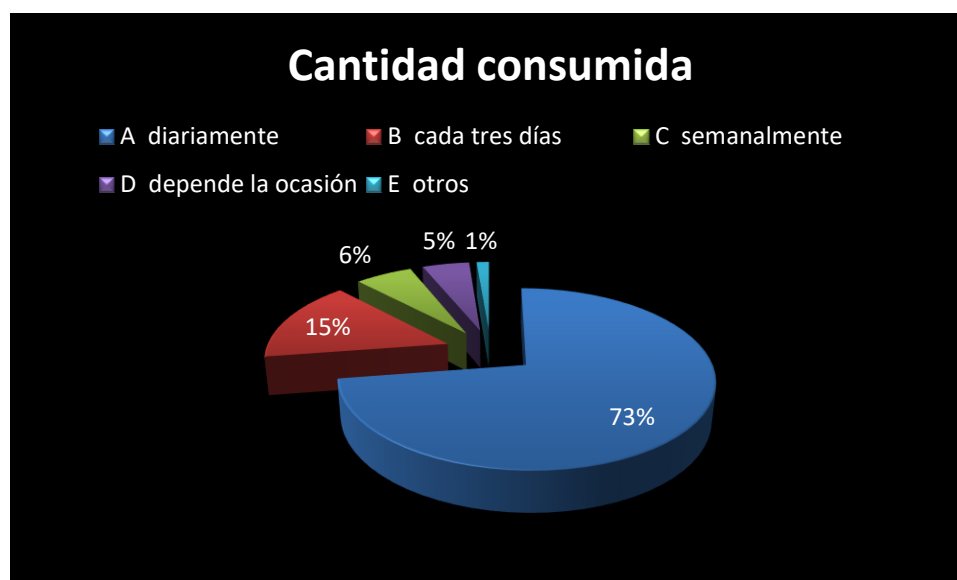
**Tabla N° 01.** Frecuencia de acudir a una panadería.

<b>A</b>	Diariamente	281
<b>B</b>	Cada tres días	59
<b>C</b>	Semanalmente	23
<b>D</b>	Depende la ocasión	19
<b>E</b>	Otros	5
<b>Total</b>		<b>387</b>

Fuente. Trabajo de campo

Diseño. **Freire, J. (2011)**

**Gráfico N°06.** Frecuencia de acudir a una panadería.



Fuente. Trabajo de campo

Diseño. **Freire, J. (2011)**

## Análisis

El 73% de los encuestados para la presente investigación acuden a una panadería una vez al día. Mientras que el 15% de los encuestados acuden todos los días. Con el 6%, y el 5% respectivo de las personas que respondieron a esta encuesta investigativa acuden regularmente y dependiendo la ocasión.

### **Interpretación**

La gran mayoría de los encuestados para la presente investigación acuden a una panadería una vez al día. Mientras que una reducida cantidad de personas respondieron a esta encuesta investigativa acuden regularmente y dependiendo la ocasión.

### **1.2. Producto más consumido.**

**Tabla N°02.** Producto más consumido

<b>A</b>	Pan de sal	155
<b>B</b>	Pan de dulce	136
<b>C</b>	Empanadas	86
<b>D</b>	Postres varios	4
<b>E</b>	Tortas	2
<b>F</b>	Depende la ocasión	4
<b>TOTAL</b>		<b>387</b>

Fuente. Trabajo de campo

Diseño. **Freire, J. (2011)**

**Gráfico N°07.** Producto más consumido.



Fuente. Trabajo de campo

Diseño. **Freire, J. (2011)**

### **Análisis**

El producto más consumido por los encuestados con el 40% y 22% son los panes de sal, mientras que el 35% de los consumidores les gusta el pan de dulce y por otra parte, el 3% y 2% respectivamente prefieren otras tendencias gastronómicas.

### **Interpretación**

El producto más consumido por los encuestados son los panes de sal, mientras que a otro grupo de personas les gusta el pan dulce y una mínima cantidad de consumidores prefieren otras tendencias gastronómicas.

### 1.3. Cantidad de consumo del producto antes mencionado

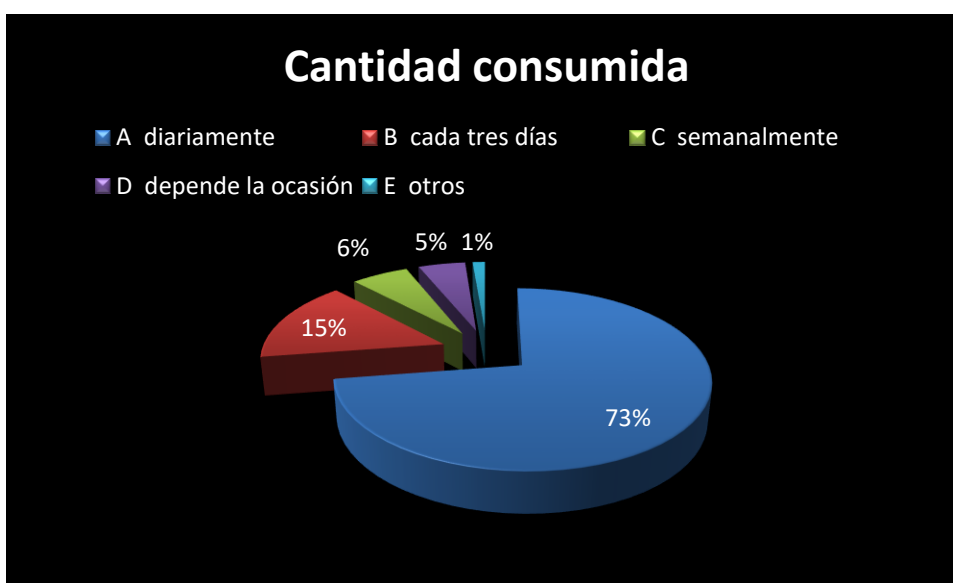
**Tabla N°03.** Cantidad de consumo del producto antes mencionado

<b>A</b>	<b>Diariamente</b>	<b>281</b>
<b>B</b>	Cada tres días	59
<b>C</b>	Semanalmente	23
<b>D</b>	Depende la ocasión	19
<b>E</b>	Otros	5
<b>Total</b>		<b>387</b>

Fuente. Trabajo de campo

Diseño. **Freire, J. (2011)**

**Gráfico N°04.** Cantidad de consumo del producto antes mencionado.



Fuente. Trabajo de campo

Diseño. **Freire, J. (2011)**

### Análisis

El producto más consumido por los encuestados con el 40% y 22% son los panes de sal, mientras que el 35% de los consumidores les gusta el pan de dulce y por otra parte, el 3% y 2% respectivamente prefieren otras tendencias gastronómicas.

### **Interpretación**

El producto más consumido por los encuestados son los panes de sal, mientras que a otro grupo de personas les gusta el pan dulce y una mínima cantidad de consumidores prefieren otras tendencias gastronómicas.

#### **1.4. Precio a pagar por un producto.**

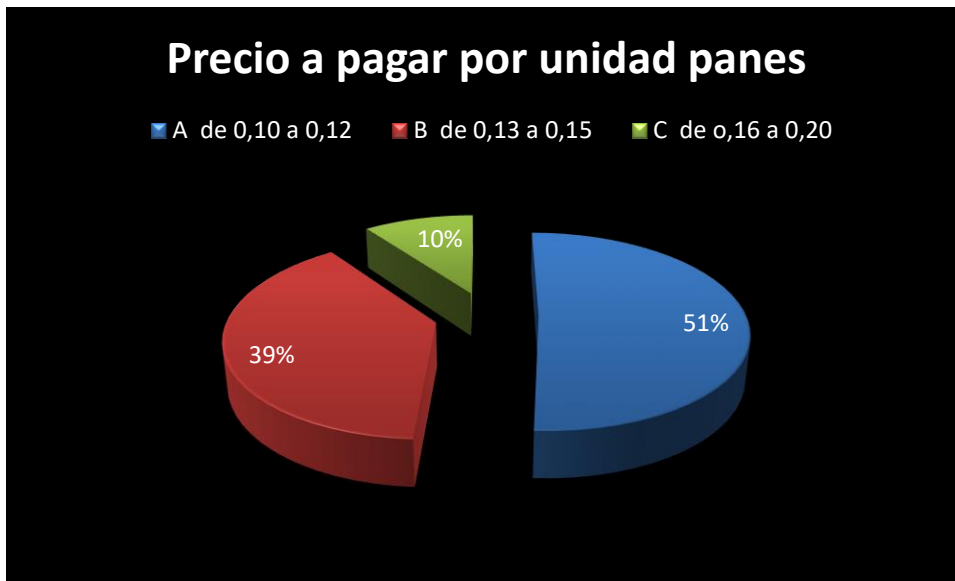
**Tabla N°04.** Precio por pan.

<b>A</b>	De 0,10 a 0,12	197
<b>B</b>	De 0,13 a 0,15	151
<b>C</b>	De 0,16 a 0,20	39
<b>Otros</b>		0
<b>Total</b>		<b>387</b>

Fuente. Trabajo de campo

Diseño. **Freire, J. (2011)**

**Gráfico N°05.** Precio por pan.



**Fuente.** Trabajo de campo

**Diseño.** Freire, J. (2011)

### **Análisis**

El 51% de los encuestados está dispuesto a pagar de 0,10 ctvs. a 0,12 ctvs. Por un producto de alta calidad, mientras que el 39% solamente un valor de 0,13 ctvs. a 0,15 ctvs. y el 10% restante de 0,16cts en adelante.

### **Interpretación**

La mitad de las personas encuestadas está dispuesta un valor básico por producto de alta calidad, mientras que la otra mitad de las personas si pagan un valor más elevado por estos productos.



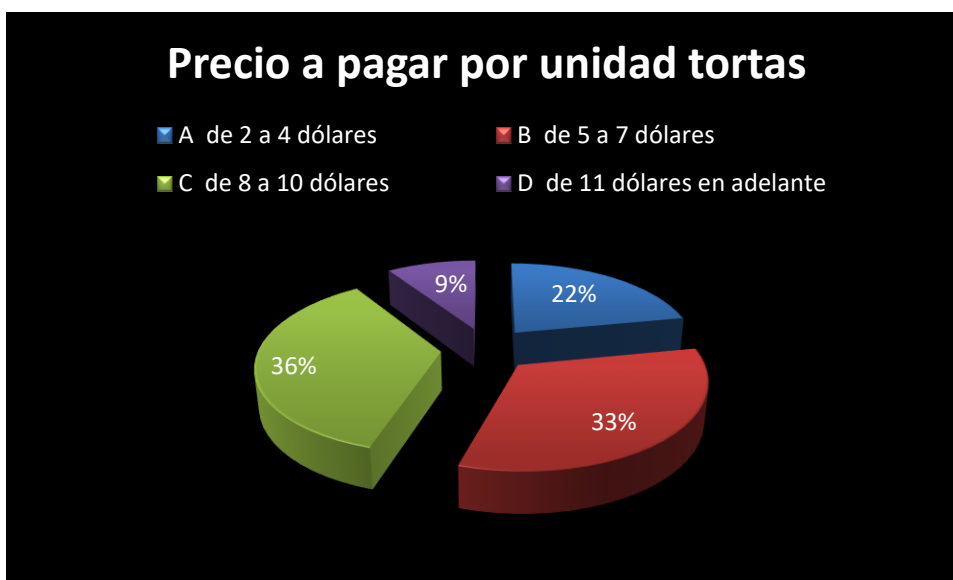
**Tabla N°05.** Precio por torta o pastel

<b>A</b>	De 2 a 4 dólares	85
<b>B</b>	De 5 a 7 dólares	127
<b>C</b>	De 8 a 10 dólares	139
<b>D</b>	De 11 dólares en adelante	36
<b>Total</b>		<b>387</b>

Fuente. Trabajo de campo

Diseño. **Freire, J. (2011)**

**Gráfico N°06.** Torta o pastel.



Fuente. Trabajo de campo

Diseño. **Freire, J. (2011)**

### **Análisis**

El 36% de los encuestados está dispuesto a pagar de 8 a 10 dólares por un pastel de alta calidad, mientras que el 33% de 5 a 7 dólares, con un 22% de 2 a 4 dólares y tan solo el 9% de 11 dólares en adelante.

## Interpretación

Solo una mínima cantidad de encuestados dispuesto a pagar un valor mínimo por un pastel de alta calidad, mientras que el resto de personas consultadas si quieren pagar un valor alto por los productos ofertados.

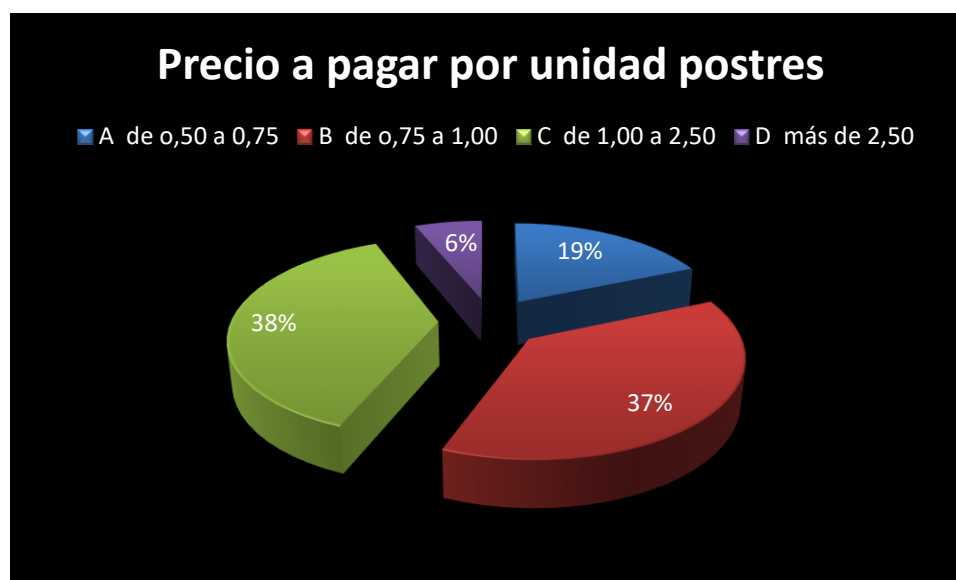
**Tabla N°06.** Precio por Postre.

<b>A</b>	De 0,50 a 0,75	72
<b>B</b>	De 0,75 a 1,00	145
<b>C</b>	De 1,00 a 2,50	146
<b>D</b>	Más de 2,50	24
<b>Total</b>		<b>387</b>

Fuente. Trabajo de campo

Diseño. **Freire, J. (2011)**

**Gráfico N°07.** Precio por Postre



Fuente. Trabajo de campo

Diseño. **Freire, J. (2011)**

## Análisis

El 37% y el 38% de los encuestados están dispuestos a pagar por un postre hasta desde 0,75 hasta 2,50 dólares, mientras que el 19% hasta 0,75 ctvs, y solo el 6% más de 2,50 dólares.

## Interpretación

La mayoría de las personas encuestadas están dispuestas a pagar más de lo que se esperaba por un postre, por el contrario la menor parte esta consiente de pagar un valor menor pero que de igual manera se obtiene una ganancia.

### 1.5. Tipo de atención al cliente

**Tabla N°07.** Tipo de atención al cliente.

<b>A</b>	Excelente	120
<b>B</b>	Muy buena	209
<b>C</b>	Buena	58
<b>D</b>	Regular	0
<b>E</b>	Mala	0
<b>Total</b>		<b>387</b>

Fuente. Trabajo de campo

Diseño. **Freire, J. (2011)**

**Gráfico N°08.** Tipo de atención.



Fuente. Trabajo de campo

Diseño. **Freire, J. (2011)**

### **Análisis**

El 54% y el 31% de los encuestados creen que la atención al cliente debe ser, de muy bueno a excelente y un 15% que solo debe ser bueno.

### **Interpretación**

La mayoría los encuestados creen que el servicio debe ser, de muy bueno a excelente y una pequeña parte que solo debe ser bueno.

## 1.6. Consumo de productos según la economía.

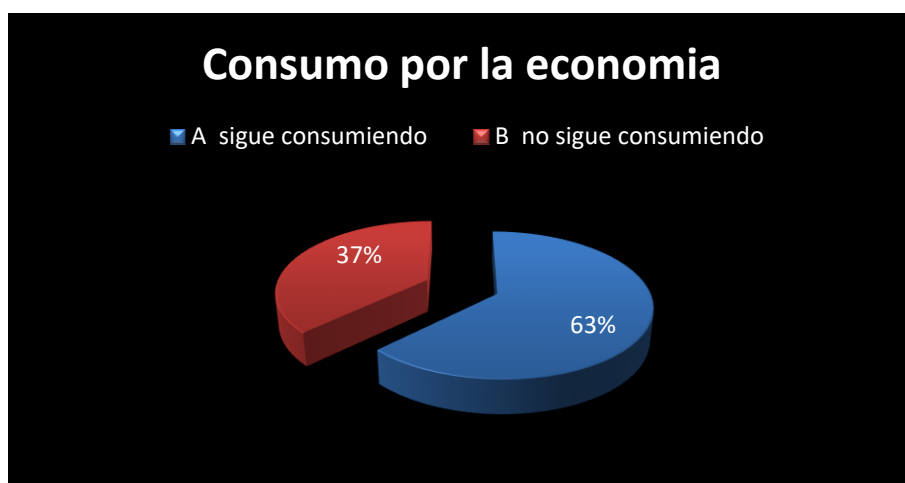
**Tabla N°08.** Consumo de productos según la economía.

<b>A</b>	Sigue consumiendo	243
<b>B</b>	No sigue consumiendo	144
<b>Total</b>		387

Fuente. Trabajo de campo

Diseño. **Freire, J. (2011)**

**Gráfico N°09.** Consumo de productos según la economía.



Fuente. Trabajo de campo

Diseño. **Freire, J. (2011)**

### Análisis

El 63% de los encuestados si sigue consumiendo estos productos si la economía varía, mientras que el 37% lo consume pero en una manera bastante moderada.

### Interpretación

El mayor porcentaje de los encuestados sigue consumiendo de manera regular estos productos si la economía varía, mientras que un reducido número lo consume pero en una manera bastante moderada.

### 1.7. Información por medios de comunicación.

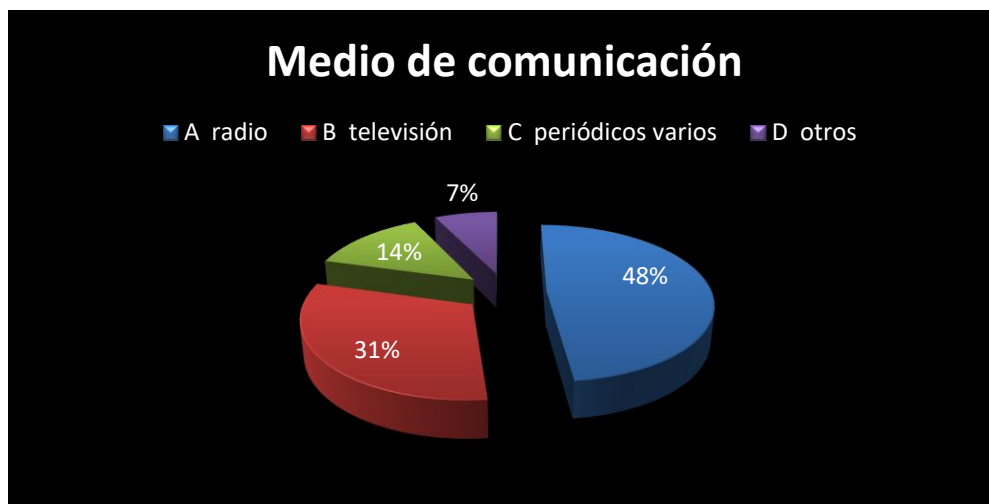
**Tabla N°09.** Información por medios de comunicación.

<b>A</b>	Radio	187
<b>B</b>	Televisión	120
<b>C</b>	Periódicos varios	52
<b>D</b>	Otros	28
<b>Total</b>		<b>387</b>

Fuente. Trabajo de campo

Diseño. **Freire, J. (2011)**

**Gráfico N°10.** Información por medios de comunicación.



Fuente. Trabajo de campo

Diseño. **Freire, J. (2011)**

### Análisis

Los encuestados de la ciudad de Baños, indican que el 48% tienen preferencia en informarse por la radio, el 31% la televisión, 14% prefiere periódicos varios y otros medios de comunicación solo un 7%.

## Interpretación

La mayoría de los habitantes encuestados prefieren informarse por medio de la radio lo cual es una ventaja para nuestra empresa mientras que por los trabajos que cada uno tiene no le toma mayor interés a las demás publicidades.

### 1.8. Interés de publicidad

**Tabla N°10.** Interés de publicidad

<b>A</b>	Televisiva	84
<b>B</b>	Radial	122
<b>C</b>	Hojas volantes	129
<b>D</b>	Otros medios de comunicación	52
<b>Total</b>		<b>387</b>

Fuente. Trabajo de campo

Diseño. **Freire, J. (2011)**

**Gráfico N°11. Interés de publicidad**



Fuente. Trabajo de campo

Diseño. **Freire, J. (2011)**

### **Análisis**

El 33% de los entrevistados le toma más interés a la publicidad en hojas volantes, mientras que el 32% optan por la publicidad radial, solo el 25% a la publicidad televisiva y finalmente otros medios de comunicación el 13%.

### **Interpretación**

La mayoría de los habitantes prefieren la publicidad radial y escrita mientras que un reducido número otros medios publicitarios.



## 1.9. Horarios de atención.

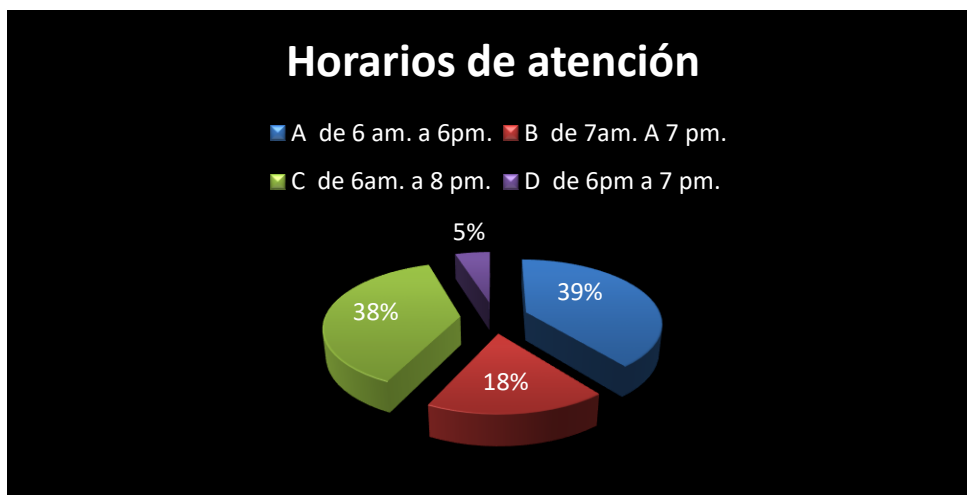
**Tabla N°11.** Horarios de atención.

<b>A</b>	<b>De 6 am. A 6pm.</b>	<b>152</b>
<b>B</b>	De 7am. A 7 pm.	69
<b>C</b>	De 6am. A 8 pm.	147
<b>D</b>	De 6pm a 7 pm.	19
<b>Total</b>		<b>387</b>

Fuente. Trabajo de campo

Diseño. **Freire, J. (2011)**

**Gráfico N° 12.** Horarios de atención.



Fuente. Trabajo de campo

Diseño. **Freire, J. (2011)**

### Análisis

Con el 39% y el 38% de los encuestados, prefieren que la atención sea desde 6 am hasta las 8 pm, mientras que el 18% y el 5% que sea de 7 am. A 7 pm.

## Interpretación

Un gran porcentaje de personas encuestadas desean que se abra más temprano y se cierre más tarde y solo una mínima parte que sea un horario diferente.

### 1.10. Interés del proyecto

**Tabla N° 12.** Interés del proyecto

<b>A</b>	Si le interesa	335
<b>B</b>	No le interesa	52
<b>Total</b>		<b>387</b>

Fuente. Trabajo de campo

Diseño. **Freire, J. (2011)**

**Gráfico N°13.** Interés del proyecto



Fuente. Trabajo de campo

Diseño. **Freire, J. (2011)**

## Análisis

Con la mayoría de las personas encuestadas, 87%, están interesadas en este nuevo proyecto gastronómico y el 13% no le toman interés alguno.

### **Interpretación**

Con la mayoría de las personas encuestadas interesadas en este nuevo proyecto gastronómico, se tiene la garantía de ofertar el producto nuevo a un mercado insatisfecho.

### **iii. Discusión**

Con un análisis realizado dentro de este estudio de mercado existe una gran aceptación de la nueva empresa a ser creada con un porcentaje bastante elevado, por ser una ciudad netamente dedicada a la actividad turística casi todos sus habitantes acuden por lo menos una vez al día durante los siete días de la semana a una panadería.

La mayoría de las personas prefieren los productos de género salado como empanadas, pan de yema, pan popular, pan integral, etc. y una cantidad considerable de consumidores de pan dulce, tortas y postres varios de acuerdo a la ocasión.

En cuanto al precio un 51% los usuarios si pagan un valor entre 0,10 y 0,12 ctvs. Por un producto que cumple con las normas de calidad y que están higiénicamente preparados mientras que el 49 % restante si paga más de 0,13 ctvs.

De lo que es panificación en cuanto a pasteles y postres la mayoría de los consumidores de esta gama de productos si adquieren por un precio más elevado pero que su vez es de primerísima calidad que cumple con las normas de inocuidad y proceso de producción establecidas por la empresa.

La atención al cliente lo primero por lo que se va a destacar esta nueva empresa, el consumidor se tiene que sentir como si fuese el único es por eso de las capacitaciones constantes no solo el área administrativa sino también el área de

producción para que desarrolle al máximo su potencial en la creación de nuevos productos en la línea panadera, pastelera y repostería.

Para lograr el máximo potencial en el personal de producción es necesario equipar con tecnología de avanzada, es decir que las remodelaciones de los equipos serán cada vez que sea necesario; es decir que los equipos siempre serán de primera generación.

En la actualidad nuestra economía varía mucho por la subida de los productos de primera necesidad así como la materia prima de estos para su elaboración es por eso que se ha tomado muy en cuenta con el fin de saber si siguen consumiendo este tipo de productos si la economía varía y existe una aceptación muy grande para la creación.

Por ser Baños una ciudad con muchos atractivos turísticos, los medios de comunicación son más por la radio difusión es por eso que la mejor manera de elaborar un jingle publicitario es por medio de este, pues la gente le toma un mayor interés, las vallas publicitarias y hojas volantes es la segunda opción adoptada para la promoción.

Para una mayor comodidad a la hora de adquirir nuestro producto, los consumidores tienen un horario que se acople a ellos con el cual pueden elegir a su total disposición cada uno de los productos, por otra parte existe en su gran mayoría la aceptación para que sea creado esta empresa con la cual el cliente

tiene la oportunidad de elegir a su antojo y disposición los productos que el desee.

## VI. **CONCLUSIONES**

- Se ha podido establecer que existe una gran demanda insatisfecha y un 87% de personas que están de acuerdo para la creación de la nueva empresa, lo me permite afirmar que el proyecto es realizable.

- La gran mayoría de personas encuestadas afirmó que su consumo de productos básicos elaborados con harina es enorme pero que no les satisfacen completamente con sus expectativas, lo que hace que la adquisición de productos de alta calidad de este tipo de alimentos sea escaso.
- También se intuyó que los productos que se ofertan en el mercado no siempre son 100% elaborados higiénicamente y que el consumidor ha desarrollado cierta desconfianza al momento de comprarlos por el temor de resultar estafados o adquirir una enfermedad por lo alimentos mal manipulados.
- Determinar el nombre de la empresa fue uno de los propósitos principales que se desarrolló, pues por tener productos elaborados con técnicas francesas es el que lo adquiere, “El Dulce Aroma Francés”.
- Finalmente determinó la clientela pues los consumidores será para familias económicamente media y alta, mismos que estarán dispuestos a pagar los precios fijados por la empresa de acuerdo a los productos que consume en el horario establecido de mayor consumo de los comensales es decir a partir de las 06:00hrs. hasta las 20:00hrs.

## **VII. RECOMENDACIONES**

- Tomando en cuenta que existe gran porcentaje de aceptabilidad al igual que el de una demanda insatisfecha, es recomendable desarrollar el plan de empresa, el mismo que se detalla a continuación.



- Prestar mayor atención a las necesidades locales en lo que se refiere a la implementación de establecimientos que oferten A&B, pues no es suficiente tener una buena idea sino que es preciso asegurarnos si la misma tendrá aceptación y si cubrirá o no una demanda insatisfecha.
  
- Continuar impulsando en los estudiantes de la Escuela de Gastronomía el espíritu de emprendimiento e innovación, para que los mismos opten por ser empleadores y no empleados; es decir que aprendan a desarrollar sus propias empresas.

## **VIII. PLAN DE EMPRESA**

### **a. ASPETOS TÉCNICOS**

### **i. Determinación del tamaño de la empresa**

La Población Económicamente Activa del Cantón Baños de Agua Santa es de 12000 habitantes según el INEC en el censo 2011, es una de las ciudades que más turistas atraen en el Ecuador, se encuentra en la provincia de Tungurahua, a 3 h al sur de Quito. Con una población estimada en 19212 personas que se dedican en un 90% a la actividad turística.

## ii. Capacidad de Producción

Producción de harina kilogramos semanal.

**Tabla Nº 13.** Producción de harina kilogramos semanal.

Reflejado en kilogramos							
Año	Producción diaria ofertada	Demanda	Balance	Diario	Semanal	Mensual	Anual
2009	4075	4165	90	90	630	2700	32850
2010	4101	4200	99	99	693	2970	36135
2011	4320	4429	109	109	763	3270	39785
2012	4561	4680	119	119	833	3570	43435
2013	4960	5065	105	105	735	3150	38325

Fuente. Trabajo de campo

Diseño. **Freire, J. (2011)**

**Nota.-** estos resultados reflejan la producción de los 23 se establecimientos que se encuentran registrados en el municipio del Cantón Baños de Agua Santa, a partir de su funcionamiento.

Por el horario de atención que tienen los diferentes establecimientos, hay un gran mercado aun por explotar. Los valores son predeterminados y en el cuadro #13 con una producción semanal hay una gran demanda del producto y esto será una fortaleza para obtener clientes potenciales del producto ofertado.

### iii. Localización

#### PROVINCIA DE TUNGURAHUA

Gráfico N° 14. Provincia de Tungurahua.



Gráfico N° 15. Cantón Baños de Agua Santa.



Ubicación de la empresa a crearse.

La creación de “Panadería, Pastelería y Repostería el Dulce Aroma Francés”, estará ubicada en provincia de Tungurahua, cantón Baños de Agua Santa, Barrio La unión en las calles Eugenio Espejo y Pastaza a una cuadra del terminal terrestre Jorge Viteri.

**a. Determinación de la panadería, pastelería y repostería.**

Este proyecto va a contar con diferentes tipos de productos, principalmente el estudio está enfocado en el área gastronómica el mismo que establecerá los productos a ofertarse para los clientes más exigentes en el área de panadería, pastelería y repostería.

A continuación se detalla cada uno de los productos a ofrecerse en esta nueva empresa:

**Tabla N° 14.** Listado de recetas estándar. Panes.

LISTADO DE RECETAS ESTANDAR PANES	
Pan de yema	
Pan integral con miel	
Pan de dulce	
Pan popular	
Pan de leche	
Trenzas	
Empanadas	
Masa de Hojaldre	
Pan danés	
Pan croissant	
Pan de agua	
Pan de almendras	
Pan francés	
Cachitos	
Pan de cebada con cerveza	

Fuente. Trabajo de campo

Diseño. **Freire, J. (2011)**

**Tabla N°15.** Recetas estándar de pasteles y postres.


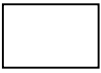
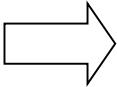

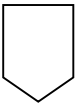
RECETAS ESTÁNDAR DE PASTELES Y POSTRES	
Torta selva negra	Pastel de almendras
Torta de cumpleaños	Praliné de coco
Pastel nevado de coco	Relleno del praliné de coco
Charlotte	Torta de chocolate
Tres leches	Galleta maría
Torta de cerezas	Galleta de limón
Pastel mil hojas	Polvorines
Pastel de fresa	Alfajores de chocolate
Pastel de yuca	Alfajores de vainilla
Torta marmoleada	Babarois de frutilla
Pastel de banano	Cheese cake
Pastel de manzana	Tiramisú

Fuente. Trabajo de campo

Diseño. **Freire, J. (2011)**

#### iv. Procesos de Producción y Venta del Producto

**Gráfico N° 16.** Flujograma de procesos.

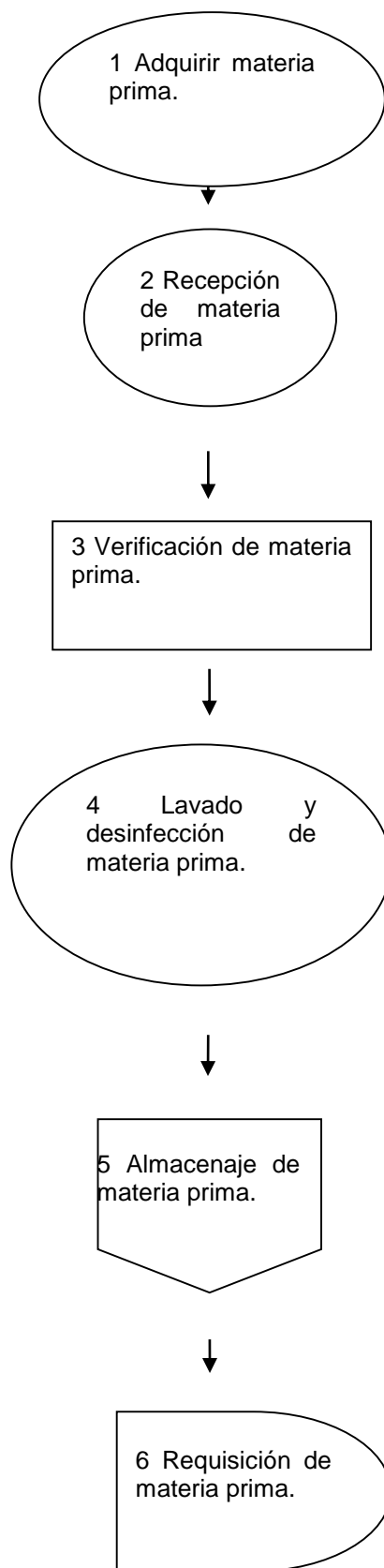
Flujograma de procesos de producción y venta del producto	
	Al símbolo de circunferencia lo tomaremos dentro del diagrama como indicador de proceso
	Al símbolo de rectángulo lo tomaremos dentro del diagrama como indicador de verificación y control
	Al símbolo Flecha derecha lo tomaremos dentro del diagrama como indicador de transporte.
	Al símbolo D dentro del diagrama lo tomaremos como indicador de retraso o demora.
	Al símbolo pentágono invertido dentro del diagrama lo tomaremos como indicador de almacenamiento.

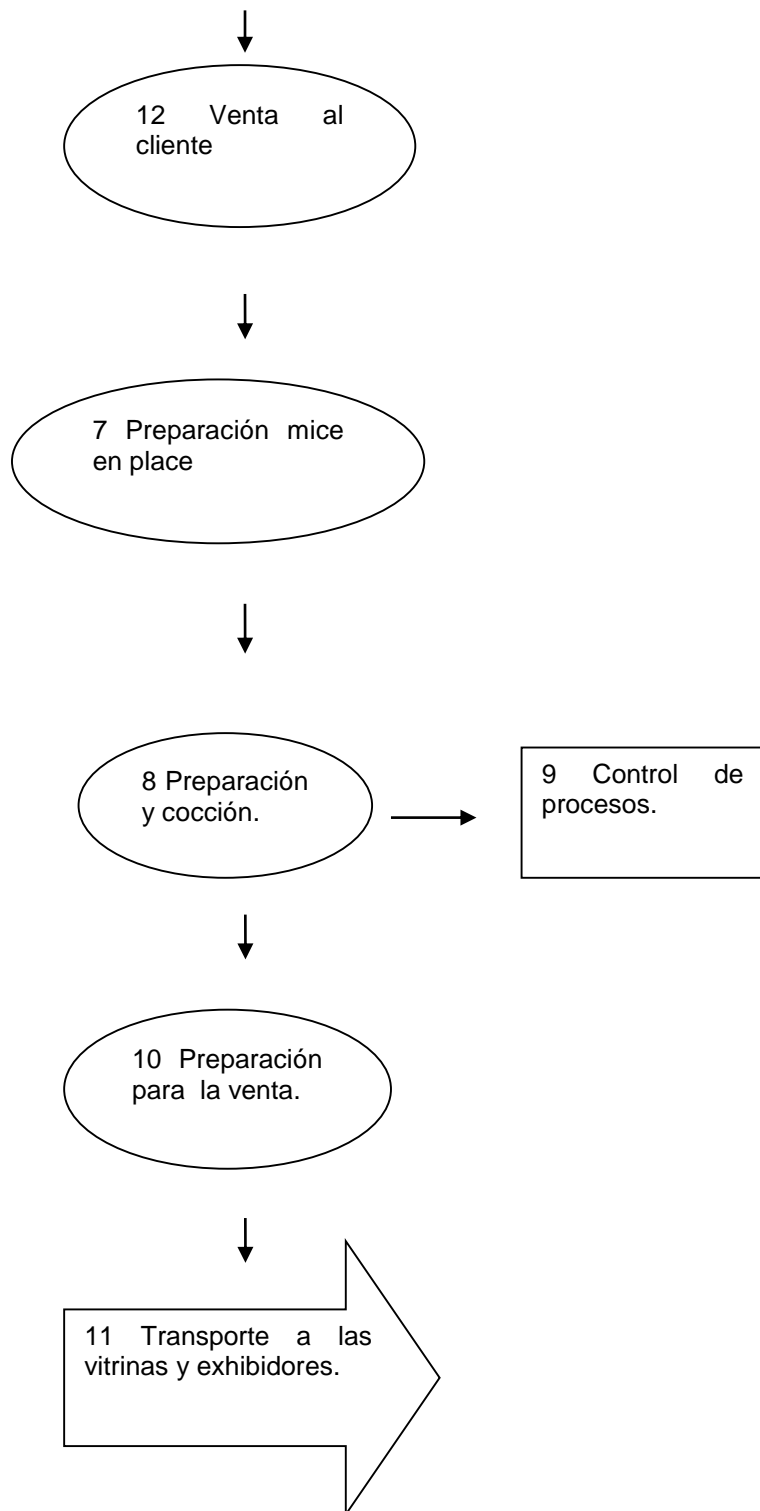
Fuente. Trabajo de campo

Diseño. **Freire, J. (2011)**



**Gráfico N°.17** Flujograma de procesos de producción y oferta del producto.






Fuente. Trabajo de campo

Diseño. **Freire, J. (2011)**


Tabla N° 16. Receta estándar del Pan de Yema

RECETA ESTANDAR						
Nombre de la Receta: Pan de Yema						
Familia: Panes		# de la Receta: 01				
# de porciones:		22 PAX				
Ingredientes	100%	Unidad	Cantidad de compra	cantidad utilizada	Costo Unitario	Costo Total
Harina	100%	gr	500	500	0,55	0,55
Sal	2%	gr	500	10	0,40	0,01
Levadura	6%	gr	500	30	2,80	0,17
Azúcar	20%	gr	1000	200	1,30	0,26
Agua	35%	gr	1000	350	0,60	0,21
Grasa de cerdo	30%	gr	454	136,2	1,50	0,45
Yemas	25%	gr	200	50	0,60	0,15
PROCEDIMIENTO						
1.- Tamizar la harina y formar un volcán con un hueco en el centro. 2.- Agregar el azúcar, levadura y la grasa dentro del hueco y alrededor la sal. 3.- Agregar las yemas dentro del cráter, el agua tibia de a poco y mezclar en forma envolvente de adentro hacia afuera. 4.- Mezclar hasta obtener una masa maleable, dejar leudar y formar los panes. Dejar nuevamente leudar y hornear. 5.- Dejar enfriar unos minutos y servir.						
<b>Costo Total Bruto</b>					<b>1,80</b>	
<b>15% varios</b>					<b>0,27</b>	
<b>Costo neto</b>					<b>2,07</b>	
<b>10% Servicio</b>					<b>0,21</b>	
<b>Costo Total</b>					<b>2,27</b>	
<b>Costo por porción</b>					<b>0,10</b>	
<b>P.V.P.</b>					<b>0,13</b>	

Fuente. Trabajo de campo

Diseño. Freire, J. (2011)

**Tabla Nº 17. Receta estándar del Pan Integral**

<b>RECETA ESTANDAR</b>						
<b>Nombre de la Receta: Pan Integral de dulce con miel</b>						
<b>Familia: Panes</b>			<b># de la Receta: 02</b>			
<b># de porciones:</b>			<b>22 PAX</b>			
<b>Ingredientes</b>	<b>100%</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad de compra</b>	<b>cantidad utilizada</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Harina de trigo	60%	gr	500	300	0,55	0,33
Harina integral	40%	gr	500	200	0,75	0,20
Sal	2%	gr	500	10	0,40	0,01
Levadura	6%	gr	500	30	2,80	0,17
Azúcar	20%	gr	1000	200	1,30	0,26
Agua	35%	gr	1000	350	0,60	0,21
Grasa de cerdo	30%	gr	454	136,2	1,50	0,45
Miel	25%	gr	300	75	1,50	0,38
<b>PROCEDIMIENTO</b>						
<p>1.- Mezclar las dos variedades de harina, tamizar y formar un volcán con un hueco en el centro.                  2.- Agregar el azúcar, levadura y la grasa dentro del hueco y alrededor la sal.                  3.- Agregar dentro del cráter, el agua tibia de a poco y mezclar en forma envolvente de adentro hacia afuera.                  4.- Mezclar hasta obtener una masa maleable, dejar leudar y formar los panes. Dejar nuevamente leudar y hornear.                  5.- Sacar del horno, dejar enfriar unos minutos y servir.</p>						
<b>Costo Total Bruto</b>					<b>1,67</b>	
<b>15% varios</b>					<b>0,25</b>	
<b>Costo neto</b>					<b>1,92</b>	
<b>10% Servicio</b>					<b>0,19</b>	
<b>Costo Total</b>					<b>2,11</b>	
<b>Costo por porción</b>					<b>0,10</b>	
<b>P.V.P.</b>					<b>0,12</b>	

Fuente. Trabajo de campo

Diseño. Freire, J. (2011)


**Tabla Nº 18. Receta Estándar del Pan de Dulce**

<b>RECETA ESTANDAR</b>						
<b>Nombre de la Receta: Pan de Dulce</b>						
<b>Familia: Panes</b>			<b># de la Receta: 03</b>			
<b># de porciones:</b>			<b>22 PAX</b>			
<b>Ingredientes</b>	<b>100%</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad de compra</b>	<b>cantidad utilizada</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Harina	100%	gr	500	500	0,55	0,55
Sal	2%	gr	500	10	0,40	0,01
Levadura	6%	gr	500	30	2,80	0,17
Azúcar	20%	gr	1000	200	1,30	0,26
Agua	60%	gr	1000	600	0,60	0,36
Grasa de cerdo	30%	gr	454	136,2	1,50	0,45
Fruta confitada	50%	gr	200	100	0,90	0,45
<b>PROCEDIMIENTO</b>						
<p>1.- Tamizar la harina y formar un volcán con un hueco en el centro.                  2.- Agregar el azúcar, levadura y la grasa dentro del hueco y alrededor la sal.                  3.- Agregar los huevos dentro del cráter, el agua tibia de a poco y mezclar en forma envolvente de adentro hacia afuera.                  4.- Mezclar hasta obtener una masa maleable, dejar leudar y formar los panes. Dejar nuevamente leudar y hornear.                  5.- Sacar del horno, dejar enfriar unos minutos y servir.</p>						
<b>Costo Total Bruto</b>					<b>2,25</b>	
<b>15% varios</b>					<b>0,34</b>	
<b>Costo neto</b>					<b>2,58</b>	
<b>10% Servicio</b>					<b>0,26</b>	
<b>Costo Total</b>					<b>2,84</b>	
<b>Costo por porción</b>					<b>0,13</b>	
<b>P.V.P.</b>					<b>0,15</b>	

Fuente. Trabajo de campo

Diseño. Freire, J. (2011)


**Tabla N° 19. Receta Estándar del Pan Popular**

<b>RECETA ESTANDAR</b>						
<b>Nombre de la Receta: Pan Popular</b>						
<b>Familia: Panes</b>		<b># de la Receta: 04</b>				
<b># de porciones:</b>		<b>22 PAX</b>				
<b>Ingredientes</b>	<b>100%</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad de compra</b>	<b>Cantidad utilizada</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Harina	100%	gr	500	500	0,55	0,55
Sal	2%	gr	500	10	0,40	0,01
Levadura	6%	gr	500	30	2,80	0,17
Azúcar	20%	gr	1000	200	1,30	0,26
Agua	60%	gr	1000	600	0,60	0,36
Grasa de cerdo	30%	gr	454	136,2	1,50	0,45
<b>PROCEDIMIENTO</b>						
<p>1.- Tamizar la harina y formar un volcán con un hueco en el centro.                  2.- Agregar el azúcar, levadura y la grasa dentro del hueco y alrededor la sal.                  3.- Agregar dentro del cráter el agua tibia de a poco y mezclar en forma envolvente de adentro hacia afuera.                  4.- Mezclar hasta obtener una masa maleable, dejar leudar y formar los panes. Dejar nuevamente leudar y hornear.                  5.- Sacar del horno, dejar enfriar unos minutos y servir.</p>						
<b>Costo Total Bruto</b>					<b>1,80</b>	
<b>15% varios</b>					<b>0,27</b>	
<b>Costo neto</b>					<b>2,07</b>	
<b>10% Servicio</b>					<b>0,21</b>	
<b>Costo Total</b>					<b>2,27</b>	
<b>Costo por porción</b>					<b>0,10</b>	
<b>P.V.P.</b>					<b>0,13</b>	

Fuente. Trabajo de campo

Diseño. Freire, J. (2011)


**Tabla Nº 20. Receta Estándar del Pan de Leche**

RECETA ESTANDAR						
Nombre de la Receta: Pan de Leche						
Familia: Panes		# de la Receta: 05				
# de porciones:		22 PAX				
Ingredientes	100%	Unidad	Cantidad de compra	Cantidad utilizada	Costo Unitario	Costo Total
Harina	100%	gr	500	500	0,55	0,55
Sal	2%	gr	500	10	0,40	0,01
Levadura	6%	gr	500	30	2,80	0,17
Azúcar	20%	gr	1000	200	1,30	0,26
Leche	60%	gr	1000	600	0,70	0,42
Grasa de cerdo	30%	gr	454	136,2	1,50	0,45
Pasas	30%	gr	200	60	0,65	0,20
					0,55	0,55
PROCEDIMIENTO						
<p>1.- Tamizar la harina y formar un volcán con un hueco en el centro.                  2.- Agregar el azúcar, levadura y la grasa dentro del hueco y alrededor la sal.                  3.- Agregar dentro del cráter el huevo y la leche tibia de a poco y mezclar en forma envolvente de adentro hacia afuera.                  4.- Mezclar hasta obtener una masa maleable, dejar leudar y formar los panes. Dejar nuevamente leudar y hornear.                  5.- Sacar del horno, dejar enfriar unos minutos y servir.</p>						
<b>Costo Total Bruto</b>					<b>2,05</b>	
<b>15% varios</b>					<b>0,31</b>	
<b>Costo neto</b>					<b>2,36</b>	
<b>10% Servicio</b>					<b>0,24</b>	
<b>Costo Total</b>					<b>2,59</b>	
<b>Costo por porción</b>					<b>0,12</b>	
<b>P.V.P.</b>					<b>0,15</b>	

Fuente. Trabajo de campo

Diseño. Freire, J. (2011)

**Tabla Nº 21. Receta Estándar de Trenzadas**


<b>RECETA ESTANDAR</b>						
<b>Nombre de la Receta: Trenzadas</b>						
<b>Familia: Panes</b>			<b># de la Receta: 06</b>			
<b># de porciones:</b>			<b>22 PAX</b>			
<b>Ingredientes</b>	<b>100%</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad de compra</b>	<b>cantidad utilizada</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Harina	100%	gr	500	500	0,55	0,55
Sal	2%	gr	500	10	0,40	0,01
Levadura	6%	gr	500	30	2,80	0,17
Azúcar	20%	gr	1000	200	1,30	0,26
Agua	60%	gr	1000	600	0,60	0,36
Grasa de cerdo	30%	gr	454	136,2	1,50	0,45
Pasas	30%	gr	200	60	0,65	0,20
<b>PROCEDIMIENTO</b>						
<p>1.- Tamizar la harina y formar un volcán con un hueco en el centro.                  2.- Agregar el azúcar, levadura y la grasa dentro del hueco y alrededor la sal.                  3.- Agregar dentro del cráter el agua tibia, pasas y fruta confitada de a poco y mezclar en forma envolvente de adentro hacia afuera.                  4.- Mezclar hasta obtener una masa maleable, dejar leudar y formar los panes. Dejar nuevamente leudar y hornear.                  5.- Sacar del horno, dejar enfriar unos minutos y servir.</p>						
<b>Costo Total Bruto</b>					<b>1,99</b>	
<b>15% varios</b>					<b>0,30</b>	
<b>Costo neto</b>					<b>2,29</b>	
<b>10% Servicio</b>					<b>0,23</b>	
<b>Costo Total</b>					<b>2,52</b>	
<b>Costo por porción</b>					<b>0,11</b>	
<b>P.V.P.</b>					<b>0,15</b>	

Fuente. Trabajo de campo

Diseño. Freire, J. (2011)




**Tabla Nº 22. Receta Estándar de Empanadas**

RECETA ESTANDAR						
Nombre de la Receta: Empanadas						
Familia: Panes		# de la Receta: 07				
# de porciones:		22 PAX				
Ingredientes	100%	Unidad	Cantidad de compra	Cantidad utilizada	Costo Unitario	Costo Total
Harina	100%	gr	500	500	0,55	0,55
Sal	12%	gr	500	60	0,40	0,05
Levadura	6%	gr	500	30	2,80	0,17
Azúcar	5%	gr	1000	50	1,30	0,07
Agua	60%	gr	1000	600	0,60	0,36
Grasa de cerdo	30%	gr	454	136,2	1,50	0,45
Cebolla perla	10%		500	50	0,85	0,09
Queso fresco	15%		650	97,5	2,10	0,32
<b>PROCEDIMIENTO</b>						
<p>1.- Tamizar la harina y formar un volcán con un hueco en el centro.                  2.- Agregar el azúcar, levadura y la grasa dentro del hueco y alrededor la sal.                  3.- Agregar dentro del cráter el agua tibia de a poco y mezclar en forma envolvente de adentro hacia afuera.                  4.- Aparte preparar un refrito con la cebolla y el queso para rellenar las empanadas.                  5.- Mezclar hasta obtener una masa maleable, dejar leudar y formar los panes. Dejar nuevamente leudar y hornear.                  6.- Sacar del horno, dejar enfriar unos minutos y servir.</p>						
<b>Costo Total Bruto</b>					<b>2,04</b>	
<b>15% varios</b>					<b>0,31</b>	
<b>Costo neto</b>					<b>2,35</b>	
<b>10% Servicio</b>					<b>0,23</b>	
<b>Costo Total</b>					<b>2,58</b>	
<b>Costo por porción</b>					<b>0,12</b>	
<b>P.V.P.</b>					<b>0,15</b>	

Fuente. Trabajo de campo

Diseño. Freire, J. (2011)


**Tabla Nº 23. Receta Estándar Masa de Hojaldre**

<b>RECETA ESTANDAR</b>						
<b>Nombre de la Receta: Masa de Hojaldre</b>						
<b>Familia: Panes</b>			<b># de la Receta: 08</b>			
<b># de porciones:</b>			<b>22 PAX</b>			
<b>Ingredientes</b>	<b>100%</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad de compra</b>	<b>Cantidad utilizada</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Harina	100%	gr	500	500	0,55	0,55
Sal	2%	gr	500	10	0,40	0,01
Esencia de mantequilla	1%	Gr	100	5	1,10	0,06
Limón	1%	Gr	454	10	1,30	0,03
Agua	60%	Gr	1000	600	0,60	0,36
Mantequilla sin sal	20%	Gr	500	100	2,25	0,45
<b>PROCEDIMIENTO</b>						
1.- Colocar todos los ingredientes en la amasadora, amasar hasta obtener una buena elasticidad. 2.- Dejar reposar 20 minutos en la refrigeradora a 5°C o menos. 3.- Estirar la masa de forma rectangular y cubrir. 4.- Estirar la masa hasta obtener un grosor de un centímetro aproximadamente y elaborar una doble vuelta. 5.- Estirar nuevamente la masa solo una vuelta y dejar reposar 20 minutos más, a 5° C o menos. 6.- Estirar la masa y trabajar una doble vuelta. 7.- Estirar la masa trabajar una vuelta más y dejar reposar una noche en un cuarto frio o refrigerador a 5°C o menos.						
<b>Costo Total Bruto</b>					<b>1,45</b>	
<b>15% varios</b>					<b>0,22</b>	
<b>Costo neto</b>					<b>1,67</b>	
<b>10% Servicio</b>					<b>0,17</b>	
<b>Costo Total</b>					<b>1,84</b>	
<b>Costo por porción</b>					<b>0,08</b>	
<b>P.V.P.</b>					<b>0,10</b>	

Fuente. Trabajo de campo

Diseño. Freire, J. (2011)


**Tabla Nº 24. Receta Estándar de Pan Danés**

<b>RECETA ESTANDAR</b>						
<b>Nombre de la Receta: Danés</b>						
<b>Familia: Panes</b>			<b># de la Receta: 09</b>			
<b># de porciones:</b>			<b>22 PAX</b>			
<b>Ingredientes</b>	<b>100%</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad de compra</b>	<b>Cantidad utilizada</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Masa de hojaldre	100%	gr	500	500	2,20	2,20
Fruta confitada	30%	gr	500	150	2,00	0,60
Pasas	30%	gr	500	150	1,70	0,51
Mermelada	40%	gr	200	80	1,30	0,52
<b>PROCEDIMIENTO</b>						
1.- Extender la masa de hojaldre sobre la mesa de trabajo. 2.- colocar sobre la masa las pasas y la fruta confitada. 3.- Dar el diseño adecuado a cada uno de los panes. 4.- Hornear los productos por un tiempo aproximado de una hora. 5.- Sacar del horno, dejar enfriar por unos minutos y servir.						
<b>Costo Total Bruto</b>					<b>3,83</b>	
<b>15% varios</b>					<b>0,57</b>	
<b>Costo neto</b>					<b>4,40</b>	
<b>10% Servicio</b>					<b>0,44</b>	
<b>Costo Total</b>					<b>4,84</b>	
<b>Costo por porción</b>					<b>0,22</b>	
<b>P.V.P.</b>					<b>0,20</b>	

Fuente. Trabajo de campo

Diseño. Freire, J. (2011)


**Tabla Nº 25. Receta Estándar de Pan Croissant**

<b>RECETA ESTANDAR</b>						
<b>Nombre de la Receta: Croissant</b>						
<b>Familia: Panes</b>			<b># de la Receta: 10</b>			
<b># de porciones:</b>			<b>22 PAX</b>			
<b>Ingredientes</b>	<b>100%</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad de compra</b>	<b>Cantidad utilizada</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Masa de hojaldre	100%	Gr	500	500	2,20	2,20
Tocino	30%	Gr	454	150	1,60	0,53
Jamón	30%	Gr	250	150	1,15	0,69
Cebolla	20%	Gr	200	40	0,80	0,16
<b>PROCEDIMIENTO</b>						
<p>1.- Extender la masa de hojaldre sobre la mesa de trabajo.                  2.- Aparte elaborar un refrito con el tocino, jamón y cebolla.                  3.- Elaborar los panes con este relleno y dar forma.                  4.- Finalmente colocar el horno previamente caliente por uno 30 minutos aproximadamente.                  5.- Sacar, dejar enfriar por unos minutos y servir.</p>						
<b>Costo Total Bruto</b>					<b>3,58</b>	
<b>15% varios</b>					<b>0,54</b>	
<b>Costo neto</b>					<b>4,12</b>	
<b>10% Servicio</b>					<b>0,41</b>	
<b>Costo Total</b>					<b>4,53</b>	
<b>Costo por porción</b>					<b>0,21</b>	
<b>P.V.P.</b>					<b>0,20</b>	

Fuente. Trabajo de campo

Diseño. Freire, J. (2011)

**Tabla N° 26. Receta Estándar del Pan de Agua**

<b>RECETA ESTANDAR</b>						
<b>Nombre de la Receta: Pan de Agua</b>						
<b>Familia: Panes</b>		<b># de la Receta: 11</b>				
<b># de porciones:</b>		<b>22 PAX</b>				
<b>Ingredientes</b>	<b>100%</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad de compra</b>	<b>cantidad utilizada</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Harina	100%	Gr	500	500	0,55	0,55
Sal	12%	Gr	500	60	0,40	0,05
Levadura	6%	Gr	500	30	2,80	0,17
Azúcar	5%	Gr	1000	50	1,30	0,07
Agua	60%	Gr	1000	600	0,60	0,36
Grasa de cerdo	30%	Gr	454	136,2	1,50	0,45
<b>PROCEDIMIENTO</b>						
<p>1.- Tamizar la harina y formar un volcán con un hueco en el centro.                  2.- Agregar el azúcar, levadura y la grasa dentro del hueco y alrededor la sal.                  3.- Agregar dentro del cráter el agua tibia de a poco y mezclar en forma envolvente de adentro hacia afuera.                  4.- Mezclar hasta obtener una masa maleable, dejar leudar y formar los panes. Dejar nuevamente leudar y hornear.                  5.- Sacar del horno, dejar enfriar unos minutos y servir.</p>						
<b>Costo Total Bruto</b>					<b>1,64</b>	
<b>15% varios</b>					<b>0,25</b>	
<b>Costo neto</b>					<b>1,89</b>	
<b>10% Servicio</b>					<b>0,19</b>	
<b>Costo Total</b>					<b>2,08</b>	
<b>Costo por porción</b>					<b>0,09</b>	
<b>P.V.P.</b>					<b>0,12</b>	

Fuente. Trabajo de campo

Diseño. Freire, J. (2011)


**Tabla Nº 27. Receta Estándar del Pan de Almendras**

RECETA ESTANDAR								
Nombre de la Receta: Pan de Almendras								
Familia: Panes		# de la Receta: 12						
# de porciones:		22 PAX						
Ingredientes	100%	Unidad	Cantidad de compra	Cantidad utilizada	Costo Unitario	Costo Total		
Harina	100%	gr	500	500	0,55	0,55		
Sal	2%	gr	500	10	0,40	0,01		
Levadura	6%	gr	500	30	2,80	0,17		
Azúcar impalpable	20%	gr	500	200	1,30	0,52		
Leche	30%	gr	1000	300	0,70	0,21		
Grasa de cerdo	30%	gr	454	136,2	1,50	0,45		
Almendras	40%	gr	200	80	3,20	1,28		
Huevos	30%	gr	120	60	0,15	0,08		
Manzanas verdes	35%	gr	454	158,9	1,25	0,44		
<b>PROCEDIMIENTO</b>								
<p>1.- Mezclar la grasa de cerdo con azúcar, levadura y una pizca de sal.                  2.- Luego, agregar el huevo, la leche y la harina tamizada.                  3.- Pelar las manzanas y retirar la pulpa, cortar en daditos y agregar a la masa.                  4.- Verter en un molde, y hornear a temperatura media durante 15 minutos, aproximadamente.                  5.- Mezclar la clara con azúcar hasta hacer un merengue y añadir las almendras picadas.                  6.- Extender sobre la masa horneada y esparcir por encima las almendras restantes. Hornear durante 15 minutos aproximadamente. Servir la torta a temperatura ambiente decorada con azúcar impalpable.</p>								
<b>Costo Total Bruto</b>							<b>3,70</b>	
<b>15% varios</b>							<b>0,55</b>	
<b>Costo neto</b>							<b>4,25</b>	
<b>10% Servicio</b>							<b>0,43</b>	
<b>Costo Total</b>							<b>4,68</b>	
<b>Costo por porción</b>							<b>0,21</b>	
<b>P.V.P.</b>							<b>0,20</b>	

Fuente. Trabajo de campo

Diseño. Freire, J. (2011)


**Tabla N° 28. Receta Estándar del Pan Francés**

<b>RECETA ESTANDAR</b>						
<b>Nombre de la Receta: Pan Francés</b>						
<b>Familia: Panes</b>			<b># de la Receta: 13</b>			
<b># de porciones:</b>			<b>22 PAX</b>			
<b>Ingredientes</b>	<b>100%</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad de compra</b>	<b>Cantidad utilizada</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Harina	100%	gr	500	500	0,55	0,55
Sal	2%	gr	500	10	0,40	0,01
Levadura	6%	gr	500	30	2,80	0,17
Azúcar	20%	gr	1000	200	1,30	0,26
Agua	60%	gr	1000	600	0,70	0,42
Mantequilla sin sal	30%	gr	454	136,2	1,50	0,45
<b>PROCEDIMIENTO</b>						
<p>1.- Tamizar la harina y formar un volcán con un hueco en el centro.                  2.- Agregar el azúcar, levadura y la grasa dentro del hueco y alrededor la sal.                  3.- Agregar dentro del cráter el agua tibia de a poco y mezclar en forma envolvente de adentro hacia afuera.                  4.- Mezclar hasta obtener una masa maleable, dejar leudar y formar los panes.                  5.- Dejar nuevamente leudar, realizar un corte en la parte superior como decoración y hornear.                  6.- Sacar del horno, dejar enfriar unos minutos y servir.</p>						
<b>Costo Total Bruto</b>					<b>1,86</b>	
<b>15% varios</b>					<b>0,28</b>	
<b>Costo neto</b>					<b>2,13</b>	
<b>10% Servicio</b>					<b>0,21</b>	
<b>Costo Total</b>					<b>2,35</b>	
<b>Costo por porción</b>					<b>0,11</b>	
<b>P.V.P.</b>					<b>0,13</b>	

Fuente. Trabajo de campo

Diseño. Freire, J. (2011)

**Tabla Nº 29. Receta Estándar Cachitos**


<b>RECETA ESTANDAR</b>						
<b>Nombre de la Receta: Cachitos</b>						
<b>Familia: Panes</b>		<b># de la Receta: 14</b>				
<b># de porciones:</b>		<b>22 PAX</b>				
<b>Ingredientes</b>	<b>100%</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad de compra</b>	<b>Cantidad utilizada</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Harina	100%	gr	500	500	0,55	0,55
Sal	2%	gr	500	10	0,40	0,01
Levadura	6%	gr	500	30	2,80	0,17
Azúcar	20%	gr	1000	200	1,30	0,26
Agua	60%	gr	1000	600	0,70	0,42
Grasa de cerdo	30%	gr	454	136,2	1,50	0,45
Jamón	15%	gr	500	75	2,30	0,35
Queso	20%	gr	650	130	2,10	0,42
<b>PROCEDIMIENTO</b>						
<p>1.- Tamizar la harina y formar un volcán con un hueco en el centro.                  2.- Agregar el azúcar, levadura y la grasa dentro del hueco y alrededor la sal.                  3.- Agregar dentro del cráter el agua tibia de a poco y mezclar en forma envolvente de adentro hacia afuera.                  4.- Mezclar hasta obtener una masa maleable, dejar leudar y formar los panes, aparte rallar el queso, cortar el jamón, mezclar y rellenar                  5.- Dejar nuevamente leudar y hornear.                  6.- Sacar del horno, dejar enfriar unos minutos y servir.</p>						
<b>Costo Total Bruto</b>						
<b>15% varios</b>					<b>0,39</b>	
<b>Costo neto</b>					<b>3,01</b>	
<b>10% Servicio</b>					<b>0,30</b>	
<b>Costo Total</b>					<b>3,32</b>	
<b>Costo por porción</b>					<b>0,15</b>	
<b>P.V.P.</b>					<b>0,15</b>	

**Fuente. Trabajo de campo**

**Diseño. Freire, J. (2011)**



**Tabla Nº 30. Receta Estándar Pan de Cebada con Cerveza**

<b>RECETA ESTANDAR</b>						
<b>Nombre de la Receta: Pan de Cebada con Cerveza</b>						
<b>Familia: Panes</b>			<b># de la Receta: 15</b>			
<b># de porciones:</b>			<b>22 PAX</b>			
<b>Ingredientes</b>	<b>100%</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad de compra</b>	<b>Cantidad utilizada</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Harina	60%	gr	500	300	0,55	0,33
Harina de cebada	40%	gr	500	200	0,71	0,28
Sal	2%	gr	500	10	0,40	0,01
Levadura	6%	gr	500	30	2,80	0,17
Azúcar morena	20%	gr	1000	200	1,65	0,33
Agua	35%	gr	1000	350	0,70	0,25
Cerveza	20%	gr	720	144	1,10	0,22
Grasa de cerdo	30%	gr	454	136,2	1,50	0,45
Aceite	5%	gr	1000	50	2,30	0,12
<b>PROCEDIMIENTO</b>						
<p>1.- Tamizar la harina mezclada con cebada y formar un volcán con un hueco en el centro.                  2.- Agregar el azúcar, levadura y la grasa dentro del hueco y alrededor la sal.                  3.- Agregar dentro del cráter un poco de cerveza mezclada con agua tibia de a poco y mezclar en forma envolvente de adentro hacia afuera.                  4.- Mezclar hasta obtener una masa maleable, dejar leudar y formar los panes, aparte poner el aceite en un recipiente y bañar cada uno de los panes.                  5.- Dejar nuevamente leudar, realizar unos cortes para decoración y hornear.                  6.- Sacar del horno, espolvorear azúcar en polvo, dejar enfriar unos minutos y servir.</p>						
<b>Costo Total Bruto</b>					<b>1,82</b>	
<b>15% varios</b>					<b>0,27</b>	
<b>Costo neto</b>					<b>2,09</b>	
<b>10% Servicio</b>					<b>0,21</b>	
<b>Costo Total</b>					<b>2,30</b>	
<b>Costo por porción</b>					<b>0,10</b>	
<b>P.V.P.</b>					<b>0,12</b>	

Fuente. Trabajo de campo

Diseño. Freire, J. (2011)

**Tabla Nº 31. Receta Estándar Torta Selva Negra**

RECETA ESTANDAR				
Nombre de la receta:		TORTA SELVA NEGRA		
Familia	Pasteles y postres	# de la receta:	15	
# de porciones:		10	PAX	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total
Harina	500	gr.	0,50	0,50
Leche condensada	200	gr.	1,00	1,00
Ricacao	60	gr.	0,14	0,14
Polvo de hornear	½	Cdta.	0,01	0,01
Huevos	3	Unids.	0,15	0,45
Chocolate repostero	250	Gr.	1,63	1,63
Azúcar	200	gr.	1,25	0,25
Curaçao o kirsch	20	cc	0,15	0,15
Crema de leche	250	gr.	0,60	0,60
Cerezas o frutillas	50	gr.	0,15	0,15
Azúcar micro pulverizada	50	gr.	0,08	0,08
PROCEDIMIENTO				
<p>1.- Mezclar el harina + ricacao y el polvo de hornear. Aparte batir las claras de los huevo a punto de nieve, incorporar las yemas una por una y el azúcar.</p> <p>2.- Mezclar esta preparación con la anterior, verter en un molde previamente engrasado y llevar al horno por un lapso de tiempo de 40 a 50 minutos a una temperatura de 200°C.</p> <p>3.- Dejar enfriar y cortar en tres capas iguales.</p> <p><b>DECORACION:</b> mezclar la leche condensada + el curaçao y bañar cada capa luego pegar. Aparte batir el azúcar pulverizado con la crema de leche hasta obtener un chantillí y agregar cerezas. Tapar y cubrir cada una de las capas con le crema finalmente agregar la raspadura de chocolate repostero.</p>				
<b>Total costo bruto</b>		<b>4,96</b>		
<b>15% varios</b>		<b>0,74</b>		
<b>Costo neto</b>		<b>5,70</b>		
<b>10% servicio</b>		<b>0,57</b>		
<b>Costo total</b>		<b>6,27</b>		
<b>Costo por porción</b>		<b>0,63</b>		
<b>P.V.P.</b>		<b>1,00</b>		

Fuente. Trabajo de campo

Diseño. Freire, J. (2011)

**Tabla Nº 32. Receta Estándar Pastel de Cumpleaños**

RECETA ESTANDAR				
Nombre de la receta:		Pastel de cumpleaños		
Familia pasteles y postres		# de la receta:		16
# De porciones:		10	PAX	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total
Mantequilla sin sal	100	Gr.	0,60	0,60
Harina	500	Gr.	0,50	0,50
Polvo de hornear	media	Cda.	0,02	0,20
Leche condensada	250	Gr.	1,12	1,12
Nueces	40	Gr.	0,60	0,60
Huevos.	2	Unids.	0,15	0,30
Ralladura de limón	0	Al gusto	0,05	0,05
Claras de huevos	2	Unidad.	0,07	0,07
Azúcar.	40	Gr.	0,06	0,06
PROCEDIMIENTO				
<p>1.- Mezclar la leche condensada con las yemas + la ralladura de limón + la mantequilla + las nueces picadas + el harina y el polvo de hornear.</p> <p>2.- Aparte batir la clara del huevo a punto de nieve e incorporarla le mezcla anterior.</p> <p>3.- Enmantequillar y enharinar un molde, verter la mezcla sobre este t llevarla al horno por 40 minutos aproximadamente a una <b>temperatura de 200°C.</b></p> <p><b>DECORACIÓN:</b> poner a baño maría las claras de huevo y el azúcar, remover constantemente hasta que se disuelva finalmente con la batidora remover hasta obtener un merengue fuerte y consistente agregar tintes vegetales y dar cualquier forma sobre el pastel.</p>				
<b>Total costo bruto</b>			<b>3,50</b>	
<b>15% varios</b>			<b>0,53</b>	
<b>Costo neto</b>			<b>4,03</b>	
<b>10% servicio</b>			<b>0,40</b>	
<b>Costo total</b>			<b>4,43</b>	
<b>Costo por porción</b>			<b>0,44</b>	
<b>P.V.P.</b>			<b>0,75</b>	

Fuente. Trabajo de campo

Diseño. Freire, J. (2011)


**Tabla Nº 33. Receta Estándar Pastel Nevado de Coco**

RECETA ESTÁNDAR				
NOMBRE DE LA RECETA:		Pastel nevado de coco		
Género: PASTELES		# de receta:		17
# de porciones:		10	PAX	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total
Harina.	500	Gr.	0,50	0,50
Coco rallado	½	Unidad	0,50	0,50
Leche condensada	100	Gr.	0,60	0,60
Mantequilla sin sal	250	Gr.	1,10	1,20
Azúcar	200	Gr.	0,20	0,20
Huevo	3	Unidad	0,15	0,45
Claras de huevos	2	Unidades	0,07	0,15
Limón	1	Unidad	0,10	0,10
PROCEDIMIENTO				
<p>1.- En un bowl mezclar el harina con el polvo de hornear, aparte cremar la mantequilla + las yemas + la leche la condensada + el harina y la mitad del coco rallado.</p> <p>2.- En otro recipiente batir las claras a punto de nieve e incorporar con movimientos envolventes la preparación anterior.</p> <p>3.- En enmantequillar y enharinar un molde y verter toda la mezcla. Hornear por 40 min.</p> <p>4.- Aproximadamente a 220°C después dejar enfriar.</p> <p><b>DECORACION:</b> incorporar el azúcar y el zumo de limón al sobrante de claras batidas y batir hasta obtener un merengue firme. Cubrir todo el pastel con esta preparación, finalmente espolvorear el coco restante sobre el pastel.</p>				
<b>Total costo bruto</b>				
<b>15% varios</b>			<b>0,56</b>	
<b>Costo neto</b>			<b>4,26</b>	
<b>10% servicio</b>			<b>0,43</b>	
<b>Costo total</b>			<b>4,68</b>	
<b>Costo por porción</b>			<b>0,47</b>	
<b>P.V.P.</b>			<b>1,00</b>	

Fuente. Trabajo de campo

Diseño. Freire, J. (2011)

Tabla Nº 34. Receta Estándar Charlotte

RECETA ESTÁNDAR				
NOMBRE DE LA RECETA: CHARLOTTE		CHARLOTTE		
Género: PASTELES		# de receta:		18
# de porciones:		10 PAX		
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Huevos	3	Unidad	0,15	0,45
Limón	1	Unidad	0,10	0,10
Azúcar	250	gr.	0,25	0,25
Harina	500	gr.	0,50	0,50
Leche condensada	250	Gr.	1,12	1,12
Mermelada de mora	100	gr	0,65	0,65
Crema de leche	200	Gr.	1,80	1,80
Azúcar	100	gr	0,15	0,15
Jugo de mora	¼	taza	0,09	0,09
Gelatina sin sabor	3	Gr.	0,12	0,12
PROCEDIMIENTO				
<p>1.- Batir la clara del huevo a punto de nieve luego agregar las yemas, la ralladura de limón y el azúcar, de una manera continua y en cantidades residuales agregar la harina, reducir la velocidad.</p> <p>2.- Enmantequillar y cubrir con papel encerado una lata verter y expandir toda esta mezcla con una espátula aproximadamente de 1 ½ de ancho.</p> <p>3.- Hornear por 15 minutos a 350°C.</p> <p>4.- Hervir la leche condensada luego colocar el bizcocho sobre un mantel húmedo, cubrir con la leche condensada y la mermelada de mora enrollar y cortar de 1 cm. De ancho c/u.</p> <p><b>DECORACION:</b> en un molde redondo cubrir con plástico la parte interior e ir colocando uno a uno los pedazos de pastel formando una cacerola para el relleno basta la crema de leche con azúcar. Finalmente disolver la gelatina sin sabor ¼ de taza de agua tibia y mezclar con el jugo de mora verter la crema y mezclar. Agregar en el molde y refrigerar hasta que cuaje.</p>				
<b>Total costo bruto</b>		<b>5,23</b>		
<b>15% varios</b>		<b>0,78</b>		
<b>Costo neto</b>		<b>6,01</b>		
<b>10% servicio</b>		<b>0,60</b>		
<b>Costo total</b>		<b>6,62</b>		
<b>Costo por porción</b>		<b>0,66</b>		
<b>P.V.P.</b>		<b>1,00</b>		

Fuente. Trabajo de campo

Diseño. Freire, J. (2011)

Tabla Nº 35. Receta Estándar Torta de Cerezas

RECETA ESTÁNDAR				
NOMBRE DE LA RECETA:		TORTA DE CERZAS		
Género: PASTELES		# de receta:	19	
# de porciones:		10 PAX		
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Harina	500	gr	0,50	0,15
Azúcar	50	gr	0,07	0,07
Huevos	2	Unidades	0,15	0,30
Mantequilla sin sal	50	gr	0,10	0,10
Cremor tártaro	¼	Cda.	0,10	0,10
Sal	2	gr	0,01	0,01
Vainilla	1	Cdta.	0,05	0,05
Polvo de hornear	½	Cdta.	0,03	0,03
COBERTURA				
Queso crema	125	gr	1,25	1,25
Leche condensada	200	gr	2,20	2,20
Azúcar pulverizada	50	gr	0,40	0,40
Cerezas	50	gr	1,20	1,20
PROCEDIMIENTO				
<p>1.- Cremar la mantequilla, con el azúcar y las yemas, añadir poco a poco el jarabe de las cerezas a esta preparación e ir incorporando el harina junto al polvo de hornear.</p> <p>2.- Aparte, batir con un batidor de mano las claras a punto de nieve y poner el cremor tártaro; esta preparación mezclar con en la anterior, mezclar y verter toda la preparación en un molde enmantecado y enharinado, poner un poco de cerezas pasadas por harina en la masa para que no toquen fondo y hornear durante 45 minutos a 375° C.</p> <p><b>DECORACION:</b> para la cobertura batir el queso crema con la leche condensada, la vainilla y el azúcar. Cubrir al pastel con esta preparación y poner encima el resto de cerezas.</p>				
<b>Total costo bruto</b>			<b>5,86</b>	
<b>15% varios</b>			<b>0,88</b>	
<b>Costo neto</b>			<b>6,74</b>	
<b>10% servicio</b>			<b>0,67</b>	
<b>Costo total</b>			<b>7,41</b>	
<b>Costo por porción</b>			<b>0,74</b>	
<b>P.V.P.</b>			<b>1,00</b>	

Fuente. Trabajo de campo

Diseño. Freire, J. (2011)


Tabla Nº 36. Receta Estándar Pastel Mil Hojas

RECETA ESTÁNDAR				
<b>NOMBRE DE LA RECETA:</b>		<b>PASTEL MIL HOJAS</b>		
<b>Género: PASTELES</b>		<b># de receta:</b>		<b>20</b>
<b># de porciones:</b>		<b>10 PAX</b>		
<b>Ingredientes</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Masa de hojaldre	250	Gr	2,50	2,50
Leche condensada	200	Gr	2,20	2,20
Dulce de leche	125	Gr	1,25	1,25
Esencia de vainilla	½	Cdta	0,06	0,06
Almendras	50	Gr	0,95	0,95
PROCEDIMIENTO				
<p>1.- Colocar la masa en latas, dorar y reservar.                  2.- Aparte preparar una crema con el dulce de leche, la leche condensada y la vainilla.                  3.-Formar las capas una a una intercalando con la crema previamente preparada.  <b>DECORACION:</b> Cuando terminemos este proceso cortamos de la manera que deseemos cubrimos con más dulce de leche y espolvoreamos las almendras previamente picadas.</p>				
<b>Total costo bruto</b>			<b>6,96</b>	
<b>15% varios</b>			<b>1,04</b>	
<b>Costo neto</b>			<b>8,00</b>	
<b>10% servicio</b>			<b>0,80</b>	
<b>Costo total</b>			<b>8,80</b>	
<b>Costo por porción</b>			<b>0,88</b>	
<b>P.V.P.</b>			<b>1,00</b>	

Fuente. Trabajo de campo

Diseño. Freire, J. (2011)

**Tabla Nº 37. Receta Estándar Pastel de Fresa**

RECETA ESTÁNDAR				
NOMBRE DE LA RECETA:		PASTEL DE FRESA		
Género: PASTELES		# de receta:		21
# de porciones:		10	PAX	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Mantequilla	200	Gr	0,40	0,40
Azúcar	100	Gr	0,20	0,20
Huevos	3	Unidades	0,15	0,45
Leche condensada	200	Gr	2,20	2,20
Crema de leche	100	Gr	0,80	0,80
Fresas	100	Gr	0,35	0,35
Harina	500	Gr	0,50	0,50
Polvo de hornear	1	Cdta	0,05	0,05
Chocolate blanco	100	Gr	0,80	0,80
PROCEDIMIENTO				
<p>1.-Licuar las fresas y reservar.                  2.- Batir las claras a punto de nieve, cremar la mantequilla con el azúcar y agregar las yemas una a una, al obtener un aumento de volumen, agregamos la leche condensada y las fresas.                  3.- Dejar de batir y añadir en forma envolvente el polvo de hornear y la harina tamizados, alternando con las claras.                  4.- Vaciar esta preparación en un molde engrasado y enharinado, hornear durante 30 minutos a 250° C.  <b>DECORACION:</b> dejar enfriar y cortar por la mitad rellenar con algunas fresas, unir nuevamente y cubrir con el chocolate.</p>				
<b>Total costo bruto</b>			<b>5,75</b>	
<b>15% varios</b>			<b>0,86</b>	
<b>Costo neto</b>			<b>6,61</b>	
<b>10% servicio</b>			<b>0,66</b>	
<b>Costo total</b>			<b>7,27</b>	
<b>Costo por porción</b>			<b>0,73</b>	
<b>P.V.P.</b>			<b>1,00</b>	

Fuente. Trabajo de campo

Diseño. Freire, J. (2011)

**Tabla Nº 38. Receta Estándar Pastel de Yuca**




RECETA ESTÁNDAR				
NOMBRE DE LA RECETA:		PASTEL DE YUCA		
Género: PASTELES		# de receta:		22
# de porciones:		10	PAX	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Polvo de hornear	7	gr	0,05	0,05
Esencia de vainilla	7	gr	0,05	0,05
Leche condensada	400	gr	2,20	2,20
Harina	500	gr	0,50	0,50
Queso rallado	200	gr	0,40	0,40
Azúcar	100	gr	0,20	0,20
Huevos	4	Unidades	0,15	0,60
Mantequilla	100	Gr	0,15	0,15
Yuca	300	Gr	1,30	1,30
PROCEDIMIENTO				
<p>1.- Cocinar la mitad de la yuca en dos tazas de agua con el azúcar rallar la otra mitad de yuca y mezclar con la mantequilla, la esencia, los huevos la leche condensada, la harina y el queso.</p> <p>2.- Hacer un puré con la yuca cocinada dejar enfriar totalmente y agregar a la otra preparación.</p> <p>3.- Mezclar todo y colocar en un molde hornear a 200 ° C durante 45 minutos aproximadamente.</p> <p><b>DECORACION:</b> espolvorear azúcar micropuverizada en la parte superior.</p>				
<b>Total costo bruto</b>			<b>5,45</b>	
<b>15% varios</b>			<b>0,82</b>	
<b>Costo neto</b>			<b>6,27</b>	
<b>10% servicio</b>			<b>0,63</b>	
<b>Costo total</b>			<b>6,89</b>	
<b>Costo por porción</b>			<b>0,69</b>	
<b>P.V.P.</b>			<b>0,75</b>	

Fuente. Trabajo de campo

Diseño. Freire, J. (2011)

Tabla N° 39. Receta Estándar Torta Marmoleada

RECETA ESTÁNDAR				
NOMBRE DE LA RECETA:		TORTA MARMOLEADA		
Género: PASTELES		# de receta:		23
# de porciones:		10	PAX	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Harina	500	Gr	0,50	0,50
Huevos	5	Unidades	0,15	0,75
Leche condensada	250	Gr	1,12	1,12
Leche entera	1	Tz.	0,20	0,20
Ricacao	100	Gr	0,25	0,25
Polvo de hornear	1	Cdta	0,05	0,05
Esencia de vainilla	½	Cdta	0,03	0,03
Mantequilla sin sal	250	Gr	0,80	0,80
PROCEDIMIENTO				
<p>1.- Licuar los huevos, la mantequilla, la leche condensada y la leche entera.</p> <p>2.- En un bol poner la harina tamizada mezclada con el polvo de hornear y verter a la preparación anterior hasta obtener una mezcla, dividir en parte iguales a la una agregar el ricacao y en la otra la vainilla mezclar y reservar.</p> <p>3.- Engrasar y enharinar un molde</p> <p>4.- De corona y agregar primero una parte de la mezcla con vainilla y luego la de chocolate finalmente el resto de vainilla, hornear a 200° C durante 45 minutos.</p> <p><b>DECORACION:</b> llevar chocolate a baño maría y regar por encima de la torta previamente enfriada.</p>				
<b>Total costo bruto</b>			<b>3,70</b>	
<b>15% varios</b>			<b>0,56</b>	
<b>Costo neto</b>			<b>4,26</b>	
<b>10% servicio</b>			<b>0,43</b>	
<b>Costo total</b>			<b>4,68</b>	
<b>Costo por porción</b>			<b>0,47</b>	
<b>P.V.P.</b>			<b>0,75</b>	

Fuente. Trabajo de campo

Diseño. Freire, J. (2011)


Tabla N° 40. Receta Estándar Pastel de Banano

RECETA ESTÁNDAR				
NOMBRE DE LA RECETA:		PASTEL DE BANANO		
Género: PASTELES		# de receta:		24
# de porciones:		10	PAX	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Leche condensada	250	Gr	1,12	1,12
Crema de leche	200	Gr	1,80	1,80
Harina	500	Gr	0,50	0,50
Banano	3	Unidades	0,10	0,20
Azúcar	100	Tz.	0,13	0,13
Polvo de hornear	15	Gr	0,05	0,05
Mantequilla sin sal	250	Gr	0,20	0,20
Huevos	4	Unidades	0,15	0,15
Canela en polvo	½	Cdta.	0,12	0,12
PROCEDIMIENTO				
<p>1.- Licuar los huevos, el azúcar, la mantequilla, la leche condensada y los bananos para finalizar agregamos la crema de leche.</p> <p>2.- Aparte en un bol mezclar la canela en polvo, harina y el polvo de hornear y mezclamos con la preparación anterior mediante giros envolventes, colocamos en un molde de cualquier forma y horneamos durante 45 minutos a 350°C.</p> <p><b>DECORACION:</b> llevar a fuego un recipiente con tres cucharadas de azúcar para formar caramelo y ponemos unos pedazos de banano, con la ayuda de una cuchara realizamos figuras sobre el pastel y ponemos los pedazos de banano.</p>				
<b>Total costo bruto</b>			<b>4,27</b>	
<b>15% varios</b>			<b>0,64</b>	
<b>Costo neto</b>			<b>4,91</b>	
<b>10% servicio</b>			<b>0,49</b>	
<b>Costo total</b>			<b>5,40</b>	
<b>Costo por porción</b>			<b>0,54</b>	
<b>P.V.P.</b>			<b>0,75</b>	

Fuente. Trabajo de campo

Diseño. Freire, J. (2011)


Tabla Nº 41. Receta Estándar del Pastel de Manzana

RECETA ESTÁNDAR				
NOMBRE DE LA RECETA:		PASTEL DE MANZANA		
Género: PASTELES		# de receta:		25
# de porciones:		10	PAX	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
<b>RELLENO</b>				
Azúcar	100	Gr	0,13	0,13
Harina	50	Gr	0,05	0,05
Canela en polvo	15	Gr	0,12	0,12
Manzanas	2	Unidades	0,15	0,30
<b>MASA</b>				
Harina	450	Gr	0,45	0,45
Leche condensada	200	Gr	0,60	0,60
Azúcar	100	Gr	0,15	0,04
Polvo de hornear	1	Cdta	0,02	0,02
Bicarbonato	¼	Cdta	0,06	0,06
Mantequilla sin sal	200	Gr	0,40	0,40
Huevos	4	Unidades	0,15	0,60
Jugo de naranja	10	Cdas.	0,10	0,10
<b>PROCEDIMIENTO</b>				
<p>1.- Pelar las manzanas, cortar en rodajas. Cocinar con el azúcar, harina, la canela y una taza de agua para la masa batimos la leche condensada con el azúcar, la mantequilla y los huevos.</p> <p>2.- Todo esto cremar, añadimos la harina con el polvo de hornear y el bicarbonato.</p> <p>3.- Incorporamos el jugo de naranja y la preparación anterior. 4.- En un molde preparado verter esta mezcla hornear por una hora a 250°C.</p> <p><b>DECORACION:</b> preparar un glacé con las claras de los huevos, azúcar y unas gotas de limón. Cubrir la torta y espolvorear nuez picada.</p>				
<b>Total costo bruto</b>				
<b>15% varios</b>			<b>0,43</b>	
<b>Costo neto</b>			<b>3,30</b>	
<b>10% servicio</b>			<b>0,33</b>	
<b>Costo total</b>			<b>3,63</b>	
<b>Costo por porción</b>			<b>0,36</b>	
<b>P.V.P.</b>			<b>0,75</b>	

Fuente. Trabajo de campo

Diseño. Freire, J. (2011)

Tabla Nº 42. Receta Estándar Pastel de Almendras

RECETA ESTÁNDAR				
<b>NOMBRE DE LA RECETA:</b>		<b>PASTEL DE ALMENDRAS</b>		
<b>Género: PASTELES</b>		<b># de receta:</b>		<b>26</b>
<b># de porciones:</b>		<b>10</b>	<b>PAX</b>	
<b>Ingredientes</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Polvo de hornear	1	Cda.	0,05	0,05
Chocolate repostero	200	Gr	1,10	1,10
Leche condensada	200	Gr	0,60	0,60
Cerezas	100	Gr	0,80	0,80
Harina	500	Gr	0,50	0,50
Almendras	200	Gr	1,56	1,56
Leche entera	½	Tz.	0,10	0,10
Huevos	2	Unidades	0,15	0,30
<b>PROCEDIMIENTO</b>				
<p>1.- Cremar la mantequilla añadir los huevos uno por uno, las almendras previamente lavadas y repicadas, la leche entera y la leche condensada.</p> <p>2.- En una forma envolvente agregamos la harina tamizada junto al polvo de hornear hasta obtener una mezcla consistente.</p> <p>3- Colocar en un molde en forma de corazón enmantecado y enharinado, hornear por 45 minutos a 200°C aproximadamente.</p> <p><b>DECORACION:</b> cortamos el pastel por la mitad de manera horizontal aparte derretimos el chocolate a baño maría con la leche condensada y un poco de almendras. Tapar y cubrir con el resto de chocolate todo el pastel por la parte superior del pastel espolvorear el resto de almendras y las carezas. Elaborar figuras con el chocolate derretido.</p>				
<b>Total costo bruto</b>				
<b>15% varios</b>			<b>0,75</b>	
<b>Costo neto</b>			<b>5,76</b>	
<b>10% servicio</b>			<b>0,58</b>	
<b>Costo total</b>			<b>6,34</b>	
<b>Costo por porción</b>			<b>0,63</b>	
<b>P.V.P.</b>			<b>1,00</b>	

Fuente. Trabajo de campo

Diseño. Freire, J. (2011)


Tabla Nº 43. Receta Estándar De Praliné de Coco

RECETA ESTÁNDAR				
NOMBRE DE LA RECETA:		PRALINE DE COCO		
Género: PASTELES		# de receta:		27
# de porciones:		10	PAX	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Mantequilla	200	Gr	1,00	1,00
Leche condensada	400	Gr	2,20	2,20
Huevos	4	Unidades	0,15	0,30
Esencia de naranja	1/2	Cdta	0,03	0,15
Leche entera	1	Tz.	0,07	0,10
Limón	1	Unidad	0,10	0,10
Harina	500	Gr	0,50	0,50
Canela molida	1	Cdta	0,12	0,12
Nuez moscada	1	Cdta	0,16	0,16
Bicarbonato	1	Cdta	0,05	0,05
Sal	1	Cdta	0,04	0,04
Polvo de hornear	1	Cdta	0,02	0,02
Agua de coco	1	Tz	0,25	0,25
PREPARACION				
<p>1.- Batir la mantequilla agregar la leche condensada, huevos uno a uno, la leche entera el zumo de limón agregar la harina de a poco e ir mezclando en forma envolvente.</p> <p>2.- La harina debe ser mezclada tamizada en un bol con los otros ingredientes posteriormente agregar a la mezcla principal.</p> <p>3.- Vaciar en un molde redondo hornear durante 20 minutos a 350°C aproximadamente.</p>				
<b>Total costo bruto</b>			<b>4,99</b>	
<b>15% varios</b>			<b>0,75</b>	
<b>Costo neto</b>			<b>5,74</b>	
<b>10% servicio</b>			<b>0,57</b>	
<b>Costo total</b>			<b>6,31</b>	
<b>Costo por porción</b>			<b>0,63</b>	
<b>P.V.P.</b>			<b>1,00</b>	

Fuente. Trabajo de campo

Diseño. Freire, J. (2011)

Tabla Nº 44. Receta Estándar del Relleno de Praliné de Coco

RECETA ESTÁNDAR				
NOMBRE DE LA RECETA:		PRALINE DE COCO (RELLENO)		
Género: PASTELES		# de receta:		28
# de porciones:		10	PAX	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Leche evaporada	200	Gr	2,20	2,20
Huevo	1	Unidad	0,15	0,15
Yema	1	Unidad	0,08	0,08
Azúcar granulada	½	Tz.	0,09	0,09
Mantequilla sin sal	40	Gr	0,10	0,10
Extracto de almendras	¼	Cdta	0,12	0,12
Coco rallado	1	Tz.	1,00	1,00
PREPARACION				
<p>1.- En un recipiente para la cobertura y el relleno mezclamos la yema, el huevo y el azúcar.</p> <p>2.- Agregamos la leche evaporada, la mantequilla y el extracto de almendras, una vez que todo este unificado agregar el coco y cocinar por unos minutos.</p> <p><b>DECORACION:</b> finalmente corta el pastel en tres capas iguales de manera horizontal y procedemos a intercalar las capas con el relleno. Con lo que nos sobre cubrimos todo el resto del pastel.</p>				
<b>Total costo bruto</b>				
<b>15% varios</b>			<b>0,56</b>	
<b>Costo neto</b>			<b>4,30</b>	
<b>10% servicio</b>			<b>0,43</b>	
<b>Costo total</b>			<b>4,73</b>	
<b>Costo por porción</b>			<b>0,47</b>	
<b>P.V.P.</b>			<b>0,75</b>	

Fuente. Trabajo de campo

Diseño. Freire, J. (2011)

Tabla Nº 45. Receta Estándar Tres Leches

RECETA ESTÁNDAR				
NOMBRE DE LA RECETA:		TRES LECHES		
Género: Postres		# de receta:		29
# de porciones:		10	PAX	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Huevos	3	Unidades	0,15	0,15
Harina	500	Gr	0,50	0,50
Leche	1	Tz	0,15	0,15
Limón	½	Cda	0,10	0,10
Polvo de hornear	1	Cda.	0,05	0,05
Azúcar	300	Gr	0,30	0,30
Leche condensada	300	Gr	1,80	1,80
Leche evaporada	300	Gr	1,80	1,80
Crema de leche	300	Gr	1,50	1,50
Sal	15	Gr	0,02	0,02
PREPARACION				
<p>1.- Batir las claras de huevos a punto de nieve con una pizca de sal.  2.- Agregar poco a poca el azúcar, polvo de hornear las yemas y el jugo de limón.  3.- Agregar el harina y después la leche en movimientos envolventes.  4.- Colocar la mezcla de este bizcocho en un molde, hornear por 35 minutos a 180°C.  5.- Aparte licuar leche evaporada, condensada y crema de leche añadir esta preparación sobre el bizcocho de manera uniforme y dejar reposar.</p> <p><b>DECORACION:</b> preparar un merengue con dos claras de huevo a punto de nieve, una pizca de sal e ir incorporando el azúcar hasta obtener un merengue consistente. Finalmente cubrir todo el bizcocho con esta preparación y espolvorear la ralladura de limón.</p>				
<b>Total costo bruto</b>			<b>6,37</b>	
<b>15% varios</b>			<b>0,96</b>	
<b>Costo neto</b>			<b>7,33</b>	
<b>10% servicio</b>			<b>0,73</b>	
<b>Costo total</b>			<b>8,06</b>	
<b>Costo por porción</b>			<b>0,81</b>	
<b>P.V.P.</b>			<b>1,00</b>	

Fuente. Trabajo de campo

Diseño. Freire, J. (2011)

Tabla N° 46. Receta Estándar Torta de Chocolate




RECETA ESTÁNDAR				
<b>NOMBRE DE LA RECETA:</b>		<b>TORTA DE CHOCOLATE</b>		
<b>Género: Postres</b>		<b># de receta:</b>		<b>30</b>
<b># de porciones:</b>		<b>10</b>	<b>PAX</b>	
<b>Ingredientes</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Harina	500	Gr	0,50	0,50
Ricacao	2	Tz.	0,60	0,60
Leche condensada	200	Gr	1,20	1,20
Mantequilla sin sal	200	Gr	0,40	0,40
Polvo de hornear	½	Cda.	0,02	0,02
Huevos	6	Unidades	0,15	0,90
Chocolate repostero	200	Gr	1,10	1,10
Azúcar pulverizada	¼	Tz.	0,15	0,15
<b>PREPARACION</b>				
<p>1.- Cremar la mantequilla, leche condensada luego de unos minutos agregar los huevos uno a uno y media taza de agua.  2.- Aparte mezclar el polvo de hornear, ricacao y la harina, posterior a esto, mezclamos con la preparación anterior.  3.- Una vez que todo está unificado colocamos en un molde de cualquier forma previamente enmantecado y enharinado.  4.- Hornear durante 35 minutos a 250°C aproximadamente.  <b>DECORACION:</b> desmoldar, dejar enfriar y realizar unas líneas con el azúcar pulverizado en la parte superior del pastel.</p>				
<b>Total costo bruto</b>			<b>4,87</b>	
<b>15% varios</b>			<b>0,73</b>	
<b>Costo neto</b>			<b>5,60</b>	
<b>10% servicio</b>			<b>0,56</b>	
<b>Costo total</b>			<b>6,16</b>	
<b>Costo por porción</b>			<b>0,62</b>	
<b>P.V.P.</b>			<b>1,00</b>	

Fuente. Trabajo de campo

Diseño. Freire, J. (2011)


Tabla Nº 47. Receta Estándar Galleta María

RECETA ESTÁNDAR				
NOMBRE DE LA RECETA:		GALLETA MARIA		
Género: POSTRES		# de receta:		32
# de porciones:		10	PAX	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Harina	400	Gr	0,42	0,42
Miga de galleta	100	Gr	0,50	0,50
Leche	1	Tz.	0,10	0,10
Azúcar pulverizada	200	Gr	0,52	0,52
Margarina	200	Gr	0,40	0,40
Polvo de hornear	10	Gr	0,05	0,05
Huevos	3	Unidades	0,15	0,15
Esencia de fresa	½	Cdta.	0,02	0,02
Antimoho	3	Gr	0,01	0,01
RELLENO				
Azúcar pulverizada	80	Gr	0,20	0,20
Margarina	80	Gr	0,18	0,18
Zumo de limón	1	Cda	0,01	0,01
Esencia de fresa	1	Pizca	0,02	0,02
Leche en polvo	40	Gr	0,10	0,10
PREPARACION				
<p>1.- Mezclar todos los ingredientes hasta obtener una masa uniforme.</p> <p>2.- Luego laminar hasta obtener un grosor de aproximadamente 3 milímetros, cortar con el molde que deseemos colocar en bandejas y hornear por unos 12 minutos a 200°C aproximadamente.</p> <p><b>DECORACION:</b> una vez frías prepara un relleno mezclando todos los ingredientes del mismo hasta crear una crema uniforme. Finalmente unir las galletas.</p>				
<p><b>Total costo bruto</b></p>				
<p><b>15% varios</b></p>			<b>0,40</b>	
<p><b>Costo neto</b></p>			<b>3,08</b>	
<p><b>10% servicio</b></p>			<b>0,31</b>	
<p><b>Costo total</b></p>			<b>3,39</b>	
<p><b>Costo por porción</b></p>			<b>0,34</b>	
<p><b>P.V.P.</b></p>			<b>0,50</b>	

Fuente. Trabajo de campo

Diseño. Freire, J. (2011)


Tabla Nº 48. Receta Estándar Galleta de Limón

RECETA ESTÁNDAR				
NOMBRE DE LA RECETA:		GALLETA DE LIMON		
Género: POSTRES		# de receta:		31
# de porciones:		10	PAX	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Harina	450	Gr	0,47	0,47
Maicena	50	Gr	0,12	0,12
Zumo de limón	½	Tz.	0,10	0,10
Azúcar pulverizada	300	Gr	0,25	0,25
Sal	2	Gr	0,02	0,02
Margarina	300	Gr	0,20	0,20
Polvo de hornear	10	Gr	0,02	0,02
Mixto cake	3	Gr	0,07	0,07
Huevos	6	Unidades	0,15	0,90
Esencia de limón	1	Cdta	0,03	0,03
Anti moho	1	pizca	0,01	0,01
PREPARACION				
<p>1.- Crear la margarina, mixto cake y el azúcar pulverizado.  2.- Agregar los huevos uno por uno la ralladura de limón y la esencia.  3.- Finalmente agregar el zumo de limón, la harina y el polvo de hornear.  <b>DECORACION:</b> toda esta mezcla la vamos a trabajar con una manga pastelera para darle cualquier forma a la masa de galleta. Finalmente hornear por 20 minutos a 180°C aproximadamente. Sacar y servir.</p>				
<b>Total costo bruto</b>			<b>2,19</b>	
<b>15% varios</b>			<b>0,33</b>	
<b>Costo neto</b>			<b>2,52</b>	
<b>10% servicio</b>			<b>0,25</b>	
<b>Costo total</b>			<b>2,77</b>	
<b>Costo por porción</b>			<b>0,28</b>	
<b>P.V.P.</b>			<b>0,50</b>	

Fuente. Trabajo de campo

Diseño. Freire, J. (2011)


Tabla N° 49. Receta Estándar Polvorines

RECETA ESTÁNDAR				
NOMBRE DE LA RECETA:		POLVORINES		
Género: POSTRES		# de receta:		32
# de porciones:		10	PAX	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Harina	400	Gr	0,42	0,42
Maicena	100	Gr	0,12	0,12
Sal	2	Gr	0,03	0,03
Azúcar pulverizada	200	Gr	0,40	0,40
Margarina	200	Gr	0,20	0,20
Polvo de hornear	5	Gr	0,02	0,02
Huevos	5	Unidades	0,15	0,75
Esencia de ron	3	Cdas	0,12	0,12
PREPARACION				
<p>1.- Mezclar en un kitchen margarina, azúcar pulverizada y el mixo cake agregar los huevos uno por uno y continuar batiendo.</p> <p>2.- Agregar la esencia el polvo de hornear y finalmente la harina todo esto mezclar en una forma envolvente.</p> <p><b>DECORACION:</b> tomar en porciones con las cuales se pueda trabajar de una manera cómoda en una manga pastelera. Colocar sobre una lata de horno papel encerado y agregar la masa dando formas de todo tipo. Finalmente poner en el horno a 180°C por 20 minutos aproximadamente.</p>				
<b>Total costo bruto</b>			<b>2,06</b>	
<b>15% varios</b>			<b>0,31</b>	
<b>Costo neto</b>			<b>2,37</b>	
<b>10% servicio</b>			<b>0,24</b>	
<b>Costo total</b>			<b>2,61</b>	
<b>Costo por porción</b>			<b>0,26</b>	
<b>P.V.P.</b>			<b>0,50</b>	

Fuente. Trabajo de campo

Diseño. Freire, J. (2011)

Tabla Nº 50. Receta Estándar Alfajores de Chocolate

RECETA ESTÁNDAR				
NOMBRE DE LA RECETA:		ALFAJORES DE CHOCOLATE		
Género: POSTRES		# de receta:		33
# de porciones:		10	PAX	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Harina	400	Gr	0,42	0,42
Maicena	100	Gr	0,12	0,12
Sal	2	Gr	0,01	0,01
Azúcar pulverizada	200	Gr	0,40	0,40
Margarina	200	Gr	0,20	0,20
Polvo de hornear	5	Gr	0,02	0,02
Huevos	5	Unidades	0,15	0,75
Esencia de ron	3	Cdas	0,12	0,12
Chocolate repostero	100	Gr	0,80	0,80
Arequipe	100	Gr	0,65	0,65
PREPARACION				
<p>1.- Mezclar todos los ingredientes a excepción del chocolate y el arequipe, hasta obtener una maza uniforme.</p> <p>2.- Luego trabajamos en esta masa hasta obtener una lámina de un grosor de aproximadamente ½ cm.</p> <p>3.- Luego de esto cortar en forma rectangular colocar en una lata de horno sobre papel encerado y hornear a 200°C por 15 minutos aproximadamente.</p> <p>DECORACION: colocar el chocolate repostero y someterlo a baño maría y mezclar con el arequipe precedemos a rellenar y bañar cada una de las galletas con esta salsa de chocolate.</p>				
<b>Total costo bruto</b>			<b>3,49</b>	
<b>15% varios</b>			<b>0,52</b>	
<b>Costo neto</b>			<b>4,01</b>	
<b>10% servicio</b>			<b>0,40</b>	
<b>Costo total</b>			<b>4,41</b>	
<b>Costo por porción</b>			<b>0,44</b>	
<b>P.V.P.</b>			<b>0,50</b>	

Fuente. Trabajo de campo

Diseño. Freire, J. (2011)


Tabla N° 51. Receta Estándar Alfajores de Vainilla

RECETA ESTÁNDAR				
NOMBRE DE LA RECETA:		ALFAJORES DE VAINILLA		
Género:		# de receta:		34
# de porciones:		10		
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Harina	400	Gr	0,42	0,42
Maicena	100	Gr	0,12	0,12
Sal	2	Gr	0,01	0,01
Azúcar pulverizada	200	Gr	0,40	0,40
Margarina	200	Gr	0,20	0,20
Polvo de hornear	5	Gr	0,02	0,02
Huevos	5	Unidades	0,15	0,75
Esencia de ron	3	Cdas	0,12	0,12
Esencia de Vainilla	100	Gr	0,15	0,15
PREPARACION				
<p>1.- Mezclar todos los ingredientes, hasta obtener una masa uniforme.</p> <p>2.- Luego trabajamos en esta masa hasta obtener una lámina de un grosor de aproximadamente ½ cm.</p> <p>3.- Luego de esto cortar en forma rectangular colocar en una lata de horno sobre papel encerado y hornear a 200°C por 15 minutos aproximadamente.</p> <p>DECORACION: elaborar una salsa con la mantequilla y vainilla para bañar cada uno de los alfajores.</p>				
<b>Total costo bruto</b>			<b>2,19</b>	
<b>15% varios</b>			<b>0,33</b>	
<b>Costo neto</b>			<b>2,52</b>	
<b>10% servicio</b>			<b>0,25</b>	
<b>Costo total</b>			<b>2,77</b>	
<b>Costo por porción</b>			<b>0,28</b>	
<b>P.V.P.</b>			<b>0,50</b>	

Fuente. Trabajo de campo

Diseño. Freire, J. (2011)


Tabla N° 52. Receta Estándar Babarois de Frutilla

RECETA ESTÁNDAR				
NOMBRE DE LA RECETA:		BABAROIS DE FRUTILLA		
Género:		# de receta:		35
# de porciones:		10	PAX	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
colapez	30	gr	0,18	0,18
esencia de vajilla	10	gr	0,05	0,05
pulpa de frutilla	200	gr	1,35	1,35
crema de leche	200	gr	1,80	1,80
crema inglesa	300	gr	2,00	2,00
PREPARACION				
<p>1. Batir la leche evaporada y la crema inglesa hasta que triplique su volumen.</p> <p>2. Disolver la gelatina en 1/4 taza de agua hirviendo y añadirlo, luego de que se entibie, a la leche evaporada. Durante todo este proceso se debe seguir batiendo.</p> <p>3. Incorporar la pulpa y la esencia mezclándola suavemente y verter en el molde pasado por agua fría. Dejarlo en el refrigerador hasta que cuaje.</p> <p>4. Para desmoldar el bavarois, sumergir el molde hasta el borde, durante unos segundos, en agua caliente, luego volcarlo en un plato.</p> <p><b>DECORACION:</b>Decorar con frutas.</p>				
<b>Total costo bruto</b>			<b>5,38</b>	
<b>15% varios</b>			<b>0,81</b>	
<b>Costo neto</b>			<b>6,19</b>	
<b>10% servicio</b>			<b>0,62</b>	
<b>Costo total</b>			<b>6,81</b>	
<b>Costo por porcion</b>			<b>0,68</b>	
<b>P.V.P.</b>			<b>0,75</b>	

Fuente. Trabajo de campo

Diseño. Freire, J. (2011)

Tabla N° 53. Receta Estándar Cheese Cake


RECETA ESTÁNDAR				
NOMBRE DE LA RECETA:		CHEESE CAKE		
Género:		# de receta:		36
# de porciones:		10	PAX	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Bizcotelas	500	gr	3,20	3,20
Mantequilla	200	gr	0,25	0,25
Polvo de hornear	8	gr	0,03	0,03
Azúcar	50	gr	0,08	0,08
Huevos	1	unidad	0,15	0,15
Leche	40	ml	0,12	0,12
Requesón	250	gr	1,65	1,65
Leche condensada	100	gr	1,10	1,10
PREPARACION				
<p>1.- Deshacer las bizcotelas, a mano o con un cuchillo.  2.- Derretir la mantequilla y mezclarla con las bizcotelas y con dos cucharadas de azúcar.  3.- Cubrir con esta mezcla el fondo del molde para tarta y reservar en un cuarto frío o nevera.  4.- Mezclar en un bol el requesón, los huevos, el resto del azúcar, la vainilla y la leche condensada; batir todo con la ayuda de un batidor. Añadir la crema al molde de tarta con la base de galletas.  5.- Precalentar el horno y cocer a 200° durante 10 min, y luego 40 minutos más a 110°. Dejar en el horno, con la puerta abierta hasta que se enfríe.  <b>DECORACIÓN:</b> Reservar en un cuarto frío hasta el momento de servir.</p>				
<b>Total costo bruto</b>			<b>6,58</b>	
<b>15% varios</b>			<b>0,99</b>	
<b>Costo neto</b>			<b>7,57</b>	
<b>10% servicio</b>			<b>0,76</b>	
<b>Costo total</b>			<b>8,32</b>	
<b>Costo por porción</b>			<b>0,83</b>	
<b>P.V.P.</b>			<b>1,00</b>	

Fuente. Trabajo de campo

Diseño. Freire, J. (2011)

Tabla N° 54. Receta Estándar Tiramisú



RECETA ESTÁNDAR				
NOMBRE DE LA RECETA:		TIRAMISU		
Género:		# de receta:		37
# de porciones:		10	PAX	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Queso mascapone	250	gr	2,62	2,62
Ron	2	oz	0,26	0,26
Huevos	2	unidad	0,15	0,30
Azúcar	100	gr	0,15	0,15
Esencia de café	1	taza	0,20	0,20
Bizcotelas	500	gr	1,25	3,20
Cacao en polvo	100	gr	0,60	0,60
Ralladura de chocolate	50	gr	0,35	0,35
PREPARACION				
<p>1.- En un recipiente agregar el ron la esencia de café y un poquito de agua.  2.- Dentro de esa mezcla remojar una por una las bizcotelas y dejarlas ahí por uno 15 minutos aproximadamente,  3.- Aparte cremar el queso mascapone, los huevos, el azúcar.  4.- Una vez que tenemos todos los ingredientes listos colocar en un molde cuadrado capa por capa de manera alternada. Empezar con la capa de bizcotelas luego la preparación de la crema con el queso mascapone, otra capa de bizcotelas la crema y decoramos.  <b>DECORACION.</b>- en este punto espolvorear un poco de ricacao y la ralladura de chocolate.</p>				
<b>Total costo bruto</b>			<b>7,68</b>	
<b>15% varios</b>			<b>1,15</b>	
<b>Costo neto</b>			<b>8,83</b>	
<b>10% servicio</b>			<b>0,88</b>	
<b>Costo total</b>			<b>9,72</b>	
<b>Costo por porción</b>			<b>0,97</b>	
<b>P.V.P.</b>			<b>1,25</b>	

Fuente. Trabajo de campo

Diseño. Freire, J. (2011)

#### v. Viabilidad Técnica

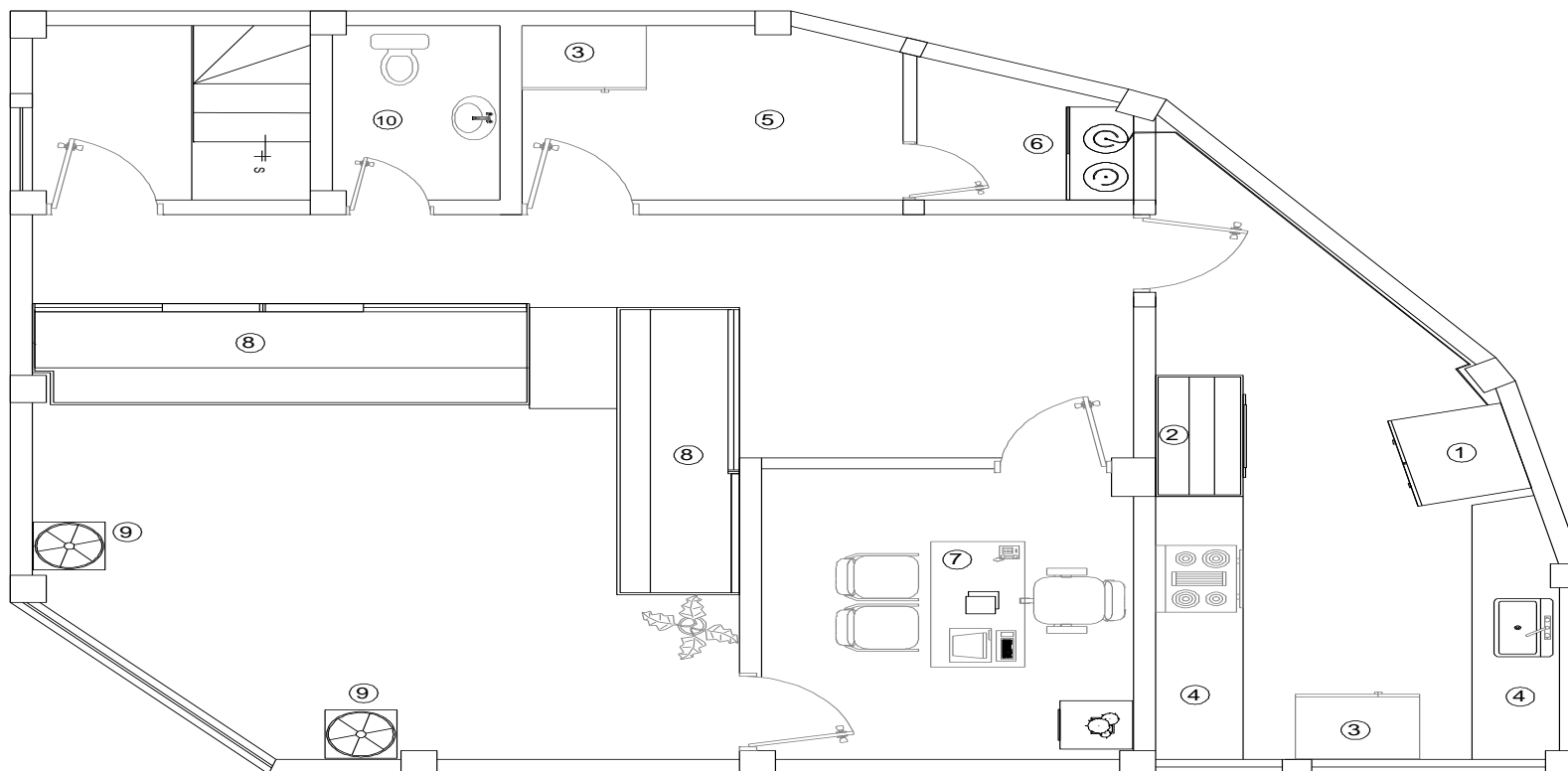
Se analizará todos los factores que permitirán el emplazamiento óptimo del proyecto como:

- **Infraestructura, facilidades y equipamiento para el funcionamiento del local.**

Para el funcionamiento de la Panadería, Pastelería y Repostería El Dulce Aroma Francés, estará ubicado en las calles Eugenio Espejo y Pastaza a una cuadra del terminal terrestre en la ciudad de Baños de Agua Santa, cantón de la provincia de Tungurahua. El sitio cuenta con una construcción de 80m<sup>2</sup> y está dividido en cuatro secciones: la primera que es el área de producción el segundo y el tercero el área de expendio de los productos elaborados, finalmente en área de aseo para cuando se haya terminado la jornada de trabajo.

**Grafico N° 18: Plano de la Empresa.**

**CALLE  
EUGENIO  
ESPEJO 10-  
40**



# CALLE PASTAZA

Fuente. Trabajo de campo

Diseño. Freire, J. (2011)

Detalles del local:

1. Horno.
2. Gradillero de horno.
3. Refrigeradores.
4. Estanterías para lavar los utensilios.
5. Bodega.
6. Cocina.
7. Área administrativa.
8. Vitrinas exhibidoras de pan y postres.
9. Exhibidor giratorio para pasteles y demás postres.
10. Sanitario.

➤ **Equipamiento necesario la empresa.**

Una vez establecidas cada una de las áreas de nuestra empresa a ser creada, se establecido el equipamiento necesario para cada uno de estos sectores: panadería, pastelería y repostería, almacenamiento o bodega, área administrativa y finalmente equipamiento para la limpieza.

**Tabla Nº. 55 REQUERIMIENTOS DE EQUIPO DE PANADERÍA.**

<b>Equipos de panadería</b>			
<b>DESCRIPCION</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Balanza 5 kg electrónica	1	8,90	8,90
Cocina industrial pequeña	1	120,00	120,00
Amasadora (1 quintal)	1	920,00	920,00
Batidora industrial	1	980,69	980,69
Extractor de olores(campana)	1	640,00	640,00
Horno convección eléctrico (capa. 10 latas)	1	3700,00	3700,00
Mesón de acero inoxidable	2	150,00	300,00
Refrigerador 11 pies	3	958,73	2876,19
Cuarto Frio 8 pies	1	2340,00	2340,00
Licuada oster	1	80,00	80,00
Bailarinas medianas	3	44,99	134,97
Mueble Giratorio para pasteles 4 niveles	1	790,00	790,00
Barril cap: 50 lts.	3	15,50	46,50
<b>TOTAL</b>			<b>12937,25</b>

Fuente. Trabajo de campo

Diseño. Freire, J. (2011)

**Tabla Nº. 56 REQUERIMIENTOS MENAJE Y VAJILLA.**

<b>MENAJE Y VAJILLA</b>			
<b>DESCRIPCION</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Moldes de corte juego de doce unidades	1	3,75	3,75
Bolillos medianos	2	2,15	4,30
Bolillos grandes	3	2,90	8,70
Bailarinas	3	45,00	135,00
Sil pack	4	12,00	48,00
Abrelatas	1	2,15	2,15
Peines para decorar pasteles juego de doce	1	12,76	12,76
Espátulas de goma para decoración de tortas	6	1,30	7,80
Kit de boquillas para decorar decena	2	5,20	10,40
Jarras de plástico	6	0,85	5,10
Kit decorador de galletas decena	1	4,05	4,05
Mangas pasteleras grandes	3	4,00	12,00
Mangas pasteleras medianas	3	3,25	9,75
Moldes desmoldables varios tamaños juego de doce	1	50,00	50,00
Batidor manual	3	3,00	9,00
Bowls grandes	6	4,00	24,00
Bowls medianos	6	2,00	12,00
Bowls pequeños	6	0,90	5,40

Recipientes cuadrados	4	5,25	21,00
Embudo	2	0,65	1,30
Exprimidor de limones	2	0,80	1,60
Cucharas soperas decena	1	1,25	1,25
Juego de cucharones docena	1	6,50	6,50
Coladores varios tamaños docena	1	5,00	5,00
Juego de cuchillos profesionales	1	6,00	6,00
Gradillero 20 latas	1	45,00	45,00
Rallador cuatro lados	2	1,70	3,40
Tablas de picar medianas plásticas	4	8,00	32,00
Recipientes cuadrados docena	1	3,25	3,25
Camisetas	14	4,50	63,00
Gorras	4	3,50	14,00
Mandil para despacho de materia prima	2	1,50	3,00
Delantales	4	3,00	12,00
Mandil para batería de cocina	2	3,00	6,00
Mallas docena	2	3,00	6,00
Tocas docena	1	6,00	6,00
<b>TOTAL</b>			<b>600,46</b>

Fuente. Trabajo de campo

Diseño. **Freire, J. (2011)**

**Tabla N°. 57 EQUIPO DE CÓMPUTO**

<b>EQUIPO DE CÓMPUTO</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Calculadora	1	15,60	15,60
Computadora e impresora	1	651,75	651,75
<b>TOTAL</b>			<b>667,35</b>

Fuente. Trabajo de campo

Diseño. **Freire, J. (2011)**



**Tabla Nº. 58 MUEBLES Y ENSERES**

<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Archivador	1	75,00	75,00
Estación de trabajo tipo ejecutivo	1	150,00	150,00
Extintor 25 libras	1	78,00	78,00
Silla de oficina	1	27,75	27,75
Caja registradora	1	150,00	150,00
Mostrador de 3 niveles	2	80,95	161,90
Vitrinas de dos niveles	1	85,00	85,00
<b>TOTAL</b>			<b>727,65</b>

Fuente. Trabajo de campo

Diseño. Freire, J. (2011)

**Tabla Nº. 59 SUMINISTROS DE OFICINA**

<b>Útiles de Oficina</b>			
<b>DESCRIPCION</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Papelera	1	19,90	19,90
Flash Memory	1	14,50	14,50
Memoria externa	1	25,00	25,00
Carpetas	12	0,15	1,80
Resaltador	3	0,75	2,25
Perforadora	1	1,35	1,35
Grapadora	1	1,50	1,50
Tijeras	2	0,75	1,50
Esferográficos	6	0,35	2,10
<b>TOTAL</b>			<b>69,90</b>

Fuente. Trabajo de campo

Diseño. Freire, J. (2011)

**Tabla Nº. 60 SUMINISTROS DE OFICINA**

<b>Útiles de Limpieza</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Ambientales 4 lts.	2	5,00	10,00
Limpiones docena	6	0,66	3,96
Tachos para la basura	1	4,00	4,00
Porta trapeador	1	15,36	15,36
Estropajos	10	1,25	12,50
Basureros	2	5,50	11,00
Fundas industriales para la basura paquete de 20 unidades	1	2,90	2,90
Trapeador	4	5,30	21,20
Lava vajilla grande	1	8,00	8,00
Recogedor de basura	2	1,50	3,00
Escobas	3	1,30	3,90
Cloro 4 lts.	2	4,50	9,00
Jabones de baño paquete 4	1	3,25	3,25
Shampoo	1	4,20	4,20
Toallas 80 cm x 150 cm	2	4,00	8,00
Toallas desechables paquete	1	2,80	2,80
Líquido antibacterial para manos	1	1,50	1,50
Papel higiénico docena	1	6,50	6,50
<b>TOTAL</b>			<b>131,07</b>

Fuente. Trabajo de campo

Diseño. Freire, J. (2011)

**Tabla Nº. 61 MATERIALES**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Uniforme para gerente propietario	2	31,75	63,50
Uniforme para chef panadero pastelero	2	40,50	81,00
Uniforme ayudante de panadería/pastelería	2	40,50	81,00
Uniforme para Despachador de producto	2	20,00	40,00
Caja de guantes desechables	2000	0,05	100,00
Mascarillas docena	12	3,15	37,80
Gas industrial	3	40,00	120,00
Tocas desechables unidades	1000	0,37	370,00
Mandil para limpieza	2	3,00	6,00
Mallas docena	12	3,00	36,00
<b>Total</b>			<b>935,30</b>

Fuente. Trabajo de campo

Diseño. Freire, J. (2011)

**Tabla Nº. 62 REQUERIMIENTOS DE PERSONAL**

<b>COSTOS SALARIALES ANUALES</b>									
<b>CARGO</b>	<b>SUELDO NOMINAL MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>	<b>APORTE PATRONAL 11,15%</b>	<b>IECE Y SECAP 1%</b>	<b>DECIMO TERCERO</b>	<b>DECIMO CUARTO</b>	<b>VACACIONES</b>	<b>FONDO DE RESERVA</b>	<b>TOTAL GASTOS ROL</b>
<b>Administrador</b>	500,00	6.000,00	669,00	60,00	500,00	292,00	250,00	500,00	8.271,00
<b>Chef Panadero Pastelero y Repostero</b>	420,00	5.040,00	561,96	50,40	420,00	292,00	210,00	420,00	6.994,36
<b>Ayudante de Cocina</b>	330,00	3.960,00	441,54	39,60	330,00	292,00	165,00	330,00	5.558,14
<b>Despachador</b>	264,00	3.168,00	353,23	31,68	264,00	292,00	132,00	264,00	4.504,91
<b>TOTAL</b>	<b>1.514,00</b>	<b>18.168,00</b>	<b>2.025,73</b>	<b>181,68</b>	<b>1.514,00</b>	<b>1.168,00</b>	<b>757,00</b>	<b>1.514,00</b>	<b>25.328,41</b>

Fuente. Trabajo de campo

Diseño. Freire, J. (2011)

## **b. ASPECTOS JURÍDICOS MERCANTILES**

### **i. Forma Jurídica Elegida Para el Proyecto**

La forma jurídica más adecuada de elegir un nuevo negocio o empresa se decide de acuerdo al tamaño e inversión del proyecto y a la actividad a la que se va a dedicar, a continuación se detalla cual es la más forma adecuada para nuestro proyecto:

La empresa individual, es una persona física que realiza de forma habitual, personal, directa, por cuenta propia y fuera del ámbito de dirección y organización de otra persona, una actividad económica o profesional a título lucrativo, dé o no ocupación a trabajadores por cuenta ajena.

Las ventajas que se tiene son las siguientes:

- Es una forma empresarial idónea para el funcionamiento de empresas de muy reducido tamaño.
- Es la forma que menos gestiones y trámites ha de hacer para la realización de su actividad, puesto que no tiene que realizar ningún trámite de adquisición de la personalidad jurídica.
- Puede resultar más económico, dado que no crea persona jurídica distinta del propio empresario.

Las características de esta forma jurídica son detalladas a continuación:

- Control total de la empresa por parte del propietario, que dirige su gestión.
- La personalidad jurídica de la empresa es la misma que la de su titular (empresario), quien responde personalmente de todas las obligaciones que contraiga la empresa.
- No existe diferenciación entre el patrimonio mercantil y su patrimonio civil.
- No precisa proceso previo de constitución. Los trámites se inician al comienzo de la actividad empresarial.
- La aportación de capital a la empresa, tanto en su calidad como en su cantidad, no tiene más límite que la voluntad del empresario.

## **ii. Requisitos legales para la apertura y funcionamiento**

- Comprar solicitud en tesorería: llenar datos, registrar en secretaría de control sanitario adjuntando croquis de la ubicación del establecimiento y sacar copias:
  - Acta de inspección (excepto en interior de mercados).
  - Copia de la cédula de ciudadanía, papeleta de votación y RUC.
  - Permiso de bomberos actual (año 2011).
  - Permiso sanitario del año anterior (año 2010).
  - Exámenes de sangre y eses, con certificado médico, carnet con foto actualizada y pegada de todas las personas que laboran en el establecimiento, extendido por la dirección de salud o cruz roja.
  - Carpeta colgante para locales nuevos.
  - Copia del título refrendado por el conesup (profesionales nuevos).

- Copia del título y el carnet de la (panaderías, gabinetes y peluquerías asociadas).
- Inscripción en el IEES si se va a tener personal contratado.
- Afiliación a los diferentes sectores depende la actividad económica a la que se va a dedicar. (Cámara de Comercio de la Ciudad de Baños de Agua Santa).

**Tabla Nº 63.** Trámites para la constitución y funcionamiento de la panadería, pastelería y repostería.

TRÁMITES	LUGAR	REQUISITOS	OTROS DOCUMENTOS
<b>Declaración del IVA</b>	Servicio de Rentas Internas	RUC formulario 104 del SRI, clave del servicio electrónico	Trámite de carácter mensual o semestral
<b>Patente municipal</b>	Baños	Copias(CI, papeleta de votación, RUC, permiso del cuerpo de bomberos, copia del pago de agua o impuesto predial)	Se lo realiza en el departamento municipal ventanilla de recaudación
<b>Permiso de funcionamiento dirigido a la Dirección Provincial de Salud.</b>	Departamento de vigilancia Sanitaria.	Solicitud valorada, Pruebas de Laboratorio, Planilla de inspección con la aprobación respectiva, copia de CI, certificado de votación del representante, Carnet de salud de los empleados.	Copia del RUC certificado por el cuerpo de bomberos, presentar documentos para obtener el permiso respectivo.
<b>Permiso del cuerpo de bomberos.</b>	Cuerpo de Bomberos de la Ciudad de Baños.	Solicitud dirigida al Jefe del Cuerpo de Bomberos.	Solicitud de inspección del local. Informe favorable de la inspección. Copia del RUC. Copia de la calificación artesanal (artesanos calificados).
<b>Visto bueno de edificaciones</b>	Departamento de Prevención del Cuerpo de Bomberos,	Solicitud de Inspección Memoria Técnica y Planos del Sistema Contra Incendio. Solicitud de Registro de Planos (Municipio) Pago de Impuesto Predial Tasa de Bomberos = dependerá del Área Bruta Total del proyecto.	Planos Arquitectónicos Informe de Regulación

<b>Permiso de la Intendencia.</b>	Policía Nacional	Oficio al Sr Intendente de Policía.	Para la obtención del permiso la intendencia realizara la inspección necesaria.
<b>Permiso de Funcionamiento de la Dirección Provincial de Salud.</b>	Ministerio de Salud	Copia del título profesional. Original y copia de la cedula de identidad. Original y copia de la papeleta de votación. Copia del RUC. Copia del permiso de cuerpo de bomberos. Exámenes de sangre y heces de todo el personal de la empresa esto se los debe hacer en el Ministerio de Salud Pública o en la cruz Roja. Certificado de capacitación, otorgado por la Dirección Provincial de Salud Pública de Tungurahua a través del departamento de vigilancia. Certificado de salud. Acta de inspección otorgado por el inspector de zona.	Comprar una solicitud (\$1). Carpeta con pestaña. Una foto del representante legal. Certificado de uso de suelo. Categorización (para locales nuevos) otorgado por el área de Control Sanitario Comprobante de pago de patente del año. Permiso sanitario de funcionamiento del año anterior. Certificado (s) de salud. Informe del control sanitario sobre cumplimiento de requisitos para la actividad. Copia de cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada.
<b>Certificados de salud empleados</b>	Ministerio de Salud Pública del Ecuador	Obligación: Renovar el Permiso Sanitario de Funcionamiento del Ministerio de Salud.	
<b>Uso de Suelo</b>	Ilustre Municipio del Cantón Baños de Agua Santa	Permiso de Uso de Suelo para desarrollar una actividad comercial. Carta del impuesto predial del año en curso. Copia de cédula de Identidad. Papeleta de votación. RUC Copias de Cédula de Identidad del petitionario. Solicitud dirigida al administrador	Plazo: obtención cuando se va a instalar el establecimiento y el permiso tiene validez durante un año. Este Informe tiene validez por dos años.

<b>Certificado de Gestión Ambiental.</b>	Obligación: Registrarse en la Administración Zonal correspondiente.( Ilustre Municipio del Cantón Baños de Agua Santa)	Copia de cédula de identidad. Copia de papeleta de votación. Informe de regulación. Copia del certificado del Informe técnico de uso de suelo, otorgado por la dirección de planificación. Copia del permiso del cuerpo de bomberos. Copia del certificado de salud Oficio dirigido al Director de Higiene, solicitando la inspección del local.	Pago por inspección, tiene un costo de \$ 3.50. Registro (el formulario es gratuito y lo entregan en la administración zonal correspondiente) y se entrega en la misma con los datos solicitados. Posteriormente se emite el certificado ambiental que tiene un costo de \$32.
<b>Número Patronal.</b>	Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social	Llenar el formulario para solicitar el número patronal en el IESS. Copia del RUC. Copia de cedula de identidad del representante legal. Copia de los contratos de trabajo debidamente legalizados en la Inspectoría de Trabajo. Copia del comprobante de pago de luz, agua, teléfono.	
<b>Patentes</b>	Ilustre Municipio del Cantón Baños de Agua Santa	Certificado de no adeudar al Municipio. Original y copia de la cédula y papeleta de votación. Copia del Ruc. Copia de permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos. Copia del permiso de funcionamiento de Salud. Copia de la Licencia Única Anual de Funcionamiento. Copia del permiso de la Intendencia.	Para negocios nuevos se deben acercar al Departamento de Rentas Municipales y entregar los documentos solicitados para su respectiva inspección.

**Fuente.** Servicio de Rentas Internas (SRI) y Departamento de Catastros de Municipio de Baños de Agua Santa.

Diseño. **Freire, J. (2011)**



### iii. Derechos, Deberes y Obligaciones legales de la empresa

Una panadería, pastelería es un establecimiento que brinda atención al cliente, en este caso productos sobre pastelería, repostería y panadería; teniendo los siguientes derechos, deberes y obligaciones legales.

**Tabla N° 64.** Deberes, derechos y obligaciones de la empresa.

DERECHOS	DEBERES	OBLIGACIONES
<b>Ejercer libremente la actividad económica</b>	Afiliación al IEES	Pago del Impuesto al Valor Agregado
<b>Derecho a la protección de la competencia desleal</b>	Llevar la contabilidad del local	Pago del impuesto a la Renta
<b>Derecho a subversiones gubernamentales</b>	Proporcionar la información requerida por la administración tributaria	Renovación Anual del Servicio Sanitario
<b>Beneficios IEES</b>	Poner en conocimiento los precios al público	Permiso al cuerpo de bomberos
	Facturar en compras y en ventas	Permiso de la dirección provincial de salud
	Mantener las instalaciones en correcto funcionamiento	Patente municipal
	Comunicar las modificaciones y reformas a la entidad correspondientes	Pago de beneficios sociales
	Cumplir con las normas del medio ambiente	Certificado de Gestión Ambiental
		Renovación anual de funcionamiento del ministerio de turismo
		Renovación anual del uso de suelo

Fuente. Trabajo de campo

Diseño. Freire, J. (2011)

## **Estudio jurídico mercantil**

Hoy en día llamamos al Derecho Mercantil Derecho del Comercio o Derecho comercial, pero tienen sus orígenes con el Trueque, cuando los hombres primitivos inician con intercambio de bienes y servicios, cuando se advierte la dificultad o la imposibilidad de producir bienes que otros poseen y que se adquieren cambiándolos con quienes los producen.

### **a) Ley**

Es la fuente formal más importante del Derecho y la legislación mercantil es la fuente por excelencia de DM. La legislación mercantil rige únicamente y exclusivamente en asuntos conocidos como comerciales.

### **b) Usos y costumbres mercantiles.**

La costumbre se considera una fuente autónoma del DM (Derecho Mercantil) y no necesita el reconocimiento del legislador o del juez, y cambia al tenor de las nuevas necesidades sociales.

### c) Jurisprudencia

Es un conjunto de resoluciones en las que lo resuelto en ellas sustente a cinco sentencias no interrumpidas por otra en contrario, y que hayan sido aprobadas por los funcionarios judiciales correspondientes.

### iv. Gastos de constitución.

**Tabla N° 65. Gastos de constitución.**

<b>CONCEPTO</b>	<b>COSTO</b>
Municipio	30,00
Permisos	134,55
Servicio de Rentas Internas (Facturero)	7,00
Estudios	40,00
Imprevistos 12%	25,39
<b>TOTAL</b>	<b>236,94</b>

Fuente. Trabajo de campo

Diseño. **Freire, J. (2011)**

## c. ESTRATEGIAS DE MARKETING

### i. **Producto**

#### 1.1. **Características comerciales del producto**

##### 1.1.1. **Composición.**

El pan constituye uno de los alimentos que son consumidos diariamente, además de eso interviene directamente en nuestra dieta diaria por ser rico en carbohidratos; al contrario, los pasteles y postres varios son consumidos de acuerdo a la ocasión o de acuerdo a la ocasión.

**Producto.-** es el bien o servicio que se consume, un producto sin marca no se vende". Esta frase es la simplificación de una realidad y, como tal simplificación, no tiene en cuenta matices ni situaciones específicas. Pero está basada en un hecho real y verdadero. Es cierto que se venden productos sin marca; pero no es menos cierto que ello sólo ocurre cuando al consumidor no le queda otro remedio: si encuentra a la venta productos marcados junto con otros sin marca, elegirá primero aquellos, y sólo comprará estos cuando se hayan terminado las marcas o cuando razones ajenas a su voluntad, como puede ser el precio, no le permitan la adquisición de aquellas.

Una marca es todo aquello que los consumidores reconocen como tal. Es un producto al que se ha revestido de un ropaje tan atractivo que consigue que el producto se desee, se pida, se exija, con preferencia a otros productos. En definitiva, la marca es el nombre, término, símbolo o diseño, o una combinación de ellos, asignado a un producto o a un servicio, por el que es su directo responsable. Ésta es quien debe darlo a conocer, identificar y diferenciar de la competencia; debe garantizar su calidad y asegurar su mejora constante

### **1.1.2. Empaques.**

Es importante para la distribución de los diferentes productos los empaques en los que van a ser vendidos; para llegar a este proceso hay que pasar una serie de procesos desde la producción del producto hasta su distribución.

A continuación se detallan los empaques en los que serán vendidos los productos:

- Funda de papel mediana.(25 cm. x 35 cm.)

**Gráfico N° 19. Empaque pequeño para venta de pan.**



Fuente. Diseñador Grafico

Diseño. **Espinoza P. (2011)**

- Funda de papel grande (40 cm. x 50 cm.)

**Gráfico N° 20. Empaque grande para venta de pan.**



Fuente. Diseñador Grafico

Diseño. **Espinoza P. (2011)**

- Cartón para pasteles pequeños. (30 cm. X 20 cm y 15 cm de alto.)

**Gráfico N° 21. Empaque pequeño para venta de pasteles.**



Fuente. Diseñador Grafico

Diseño. **Espinoza P. (2011)**

- Cartón para pasteles mediano. (50 cm. X 30 cm y 15 de alto.)

**Gráfico N° 22. Empaque mediano para venta de pasteles.**



Fuente. Diseñador Grafico

Diseño. **Espinoza P. (2011)**

- Cartón para pasteles grande. (50 cm. X 30 cm y 18 de alto.)

**Gráfico N° 23. Empaque grande para venta de pasteles.**



Fuente. Diseñador Grafico

Diseño. **Espinoza P. (2011)**

## **1. Atributos del Producto**

Los atributos tangibles e intangibles que tienen los productos que se ofrecen, manifiestan la personalidad y sus características, las cuales se tiene en cuenta al momento de su comercialización.

Atributos Físicos:

- Composición, cualidades organolépticas las cuales son perceptibles por los sentidos.



Atributos Funcionales:(Los atributos físicos también pueden ser funcionales)

Color, sabor, olor

- Surtido
- Tamaño
- El diseño

Atributos Psicológicos:

- La calidad
- La Marca

## **2. Calidad de los Productos**

Los panes y productos de repostería elaborados por “El Dulce Aroma Francés” panadería, pastelería y repostería, están cuidadosamente preparados, manteniendo la seguridad alimentaria al más alto nivel, que será del agrado de los consumidores.

Para mantener la calidad:

- Los productos como panes, pasteles y postres se prepararán en un área de producción adecuadamente equipada, con zonas de trabajo reguladas, y distribuidas apropiadamente para un mejor control y elaboración.
- Se elaborará cada producto, manteniendo las normas de seguridad alimentaria existente en el Codex Alimentarius; brindando de esta manera a los clientes productos saludablemente preparados.

- La mejor manera de custodiar la salud de nuestros clientes es preparando los alimentos con materia prima cuidadosamente seleccionada y mantenida en sus respectivas bodegas, cumpliendo así con la Legislación vigente de Salud.

### **3. Características del Producto**

En el cantón Baños de Agua Santa, no existe un establecimiento donde se ofrezca la mayor variedad de productos en un solo lugar, a más de que posee las siguientes características.

- Los productos que se encuentran elaborados de acuerdo a la encuesta en la cual se estableció los géneros de mayor aceptabilidad para los consumidores.
- Los géneros preparados serán divididos de acuerdo a la temporada en que se encuentra, para que los clientes disfruten de diversidad y así cuidar también del medio ambiente.
- Por ser productos que en su mayoría son naturales y no contienen aditivos ni preservantes no afectan a la salud del consumidor y tampoco los sabores del producto terminado.

### **4. Elaboración y presentación del Producto**

Para captar mayor atención y provocar mayores ventas el diseño favorece a la utilidad de un producto tanto como a su aspecto, por esto se considera muy importante, la apariencia, su textura, sus colores. Con esto se puede captar la atención de los consumidores, mejorar el producto, disminuir los costos de producción, y obteniendo gran ventaja dentro del mercado. El diseño estará presente también en la atención al cliente.

- El producto está diseñado para ofrecer a los consumidores de la zona, en un solo lugar, con una distribución uniforme, preservando el ecosistema.
- Cada producto es elaborado de manera uniforme de acuerdo a sus ingredientes para una mejor presentación, teniendo presente siempre que el gusto entra primero por los ojos.
- El gusto de alimentarse bien y saludablemente, presenta una nueva alternativa donde el consumidor se encuentra con una panadería, pastelería llena de productos que mantienen lo autóctono del producto con la elegancia y el confort del establecimiento donde se lo expende.
- El recurso humano será la cara de establecimiento, es otra parte importante del diseño del producto, en vista de que estará capacitado para atender de la manera más cordial a los clientes, haciéndolos sentir como en casa.

## **5. Calidad**

La calidad del producto estará controlada diariamente para que la percepción de los consumidores hacia los mismos sea la mejor, satisfaciendo sus necesidades.

## **6. Atributos y Beneficios**

Es fundamental conocer los atributos de los productos, especialmente aquéllos que los diferencian:

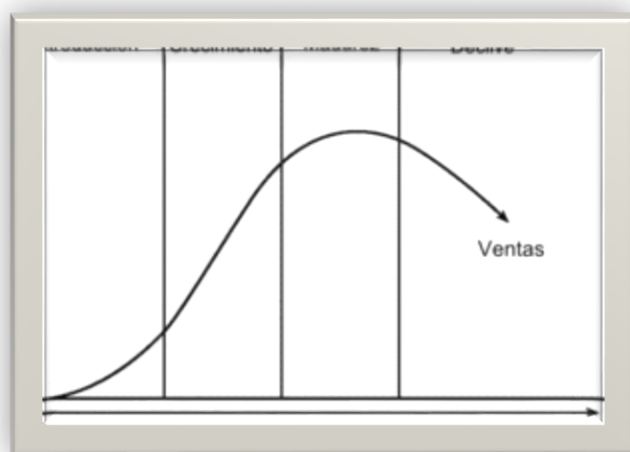
- El nombre de los géneros producidos es llamativo.
- Cremosos en algunas de las preparaciones.
- Sensaciones indescriptibles.
- Aromas únicos.
- Lo más salubrementemente preparados.
- De múltiples tamaños
- Agradable para la vista de los consumidores.

Los beneficios viven en la percepción del cliente. Un beneficio es el uso positivo que un cliente hace de una característica del producto o servicio, y que le ayuda a cubrir una necesidad o deseo específico.

## **7. Ciclo de Vida del Producto**

Luego del lanzamiento al mercado, se da seguimiento; que el producto disfrute de una vida larga. No se espera que el producto se venda por siempre, por esta razón se quiere obtener una cantidad de utilidades razonables para cubrir el esfuerzo y los riesgos que fueron invertidos en su lanzamiento. Se está consciente de que cada producto tendrá un ciclo de vida, aunque no se conozca por adelantado su forma y duración.

#### Gráfico N°24. Ciclo de vida del Producto



Fuente. Internet

Diseño. <http://www.google.com.ec/imgres?num=10&hl=es-419&newwind>

Esta nueva empresa entra en una Etapa de Introducción, donde empieza dando a conocer su nombre y los productos varios que oferta la elección del cliente y al mercado en general, pues la exigencia para satisfacer sus necesidades no se hace esperar.

**Etapa de Crecimiento.-** en este nivel, la competencia a nivel de los demás establecimientos es un poco más agresiva pues aún no se tiene la clientela bien

ganada, en este punto las promociones y las regalías son constantes hasta tener un mercado bien definido.

**Etapa de Madurez.-** la finalidad de toda empresa es mantenerse en este punto; pues la empresa ya tiene bien definida su clientela, la competencia es totalmente agresiva y las promociones constantes no se hacen esperar.

**Etapa de Declive.-** es aquí cuando las empresas han terminado su ciclo de vida, es cuando han agotado todos sus recursos para mantenerse a flote y seguir brindando un bien o servicio, mantenerse en constante renovación para no caer en la rutina es una buena estrategia para no quebrar una empresa.

## ii. Precio

**Precio.-** es una variable controlable que se diferencia de los otros tres elementos de la mezcla o mix de mercadotecnia (producto, precio, plaza y promoción), además de eso es lo que pagamos a diario en nuestra vida cotidiana, así mismo son los posibles descuentos al comprar algo o a las facilidades de pago al adquirir un producto de alto valor, en este sentido el precio debe tener relación con la percepción sobre el valor del producto y es decisión de la compañía que se debe vender con un precio accesible a muchas personas o por el contrario determinar un precio para un determinado segmento de consumidores.

**Plaza.-** Para que la venta de un producto esté de acuerdo con las políticas de determinada compañía es muy importante la ubicación del local, la cobertura donde se vaya a tener, los inventarios que se vayan a manejar y el correcto tráfico que se obtenga del producto a ofrecer esto determinado por las necesidades propias de cada compañía.

**Promoción.-** se la puede encontrar en los diferentes medios de comunicación radio, prensa, televisión, etc. Dentro de lo anterior también tiene cavidad los cupones con descuentos para la compra de nuevos productos o las muestras que llega a nuestra casa o lugar de trabajo,

Como conclusión es recomendación de cada empresa combinar de la mejor manera cada una de las variables para un correcto funcionamiento de la misma y lograr la satisfacción total de todos los consumidores quienes compraran si están de acuerdo con los productos a ofrecer su precio, el lugar donde se lo adquiere y nos agrade la publicidad del mismo.

En la determinación del precio en cada una de las recetas incluye costo por porción de la materia prima, mano de obra que interviene en la fabricación de cada uno de los productos, costos indirectos de fabricación (agua, luz, teléfono, gastos administrativos, gastos de transporte, mantenimiento de equipos, etc.) finalmente la utilidad detallada en la estandarización de cada una de las recetas.

En el siguiente cuadro se puede observar la determinación de precio detallado por producto establecido:

**Tabla N° 66. Detalle de precios de los productos ofertados**

LISTADO DE RECETAS ESTANDAR PANES	Valor Unitario en \$
Pan de yema	0.15
Pan integral	0.15
Pan de dulce	0.16
Pan popular	0.12
Pan de leche	0.15
Trenzas	0.20
Empanadas	0.20
Pan danés	0.50
Pan croissant	0.50
Pan de agua	0.12
Pan de almendras	0.20
Pan francés	0.14
Cachitos	0.13
Pan de cebada con cerveza	0.14

Fuente. Trabajo de campo

Diseño. **Freire, J. (2011)**

**Tabla N° 67. Detalle de precios de los productos ofertados**

LISTA DE RECETAS PASTELES Y POSTRES			Costo por porción \$
Torta selva negra	0.50	Praliné de coco	1.50
Torta de cumpleaños	0.50	Torta de chocolate	1.00
Pastel nevado de coco	0.50	Galleta maría	0.50



Charlotte	0.50	Galleta de limón	0.25
Tres leches	1.00	Polvorines	0.50
Torta de cerezas	1.25	Alfajores de chocolate	0.50
Pastel mil hojas	1.50	Alfajores de vainilla	0.50
Pastel de yuca	1.00	Babarois de frutilla	1.00
Pastel de fresa	1.00	Cheese cake	1.00
Torta marmoleada	0.75	Canutillo y volouvents	0.75
Pastel de banano	0.75	Tiramisú	1.00
Pastel de manzana	0.50	Cheese Cake de mora	1.50

Fuente. Trabajo de campo

Diseño. **Freire, J. (2011)**

En los cuadros con numeración 68 y 69 se puede observar el costo de cada uno de los de los productos que serán ofertados con su respectivo precio. Con este detalle el cliente que consume nuestro producto sabrá de una manera muy detallada que contiene cada producto que consume.

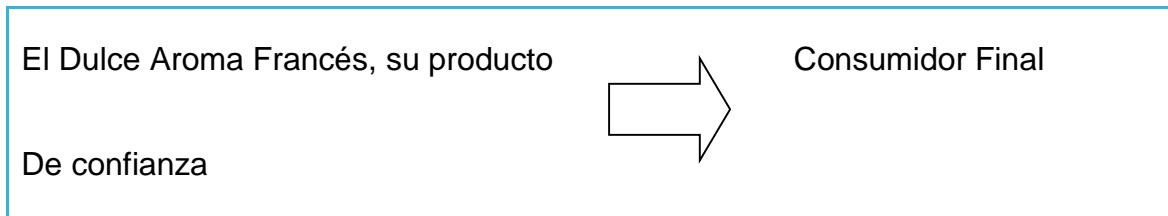
### iii. Distribución

En el emprendimiento de una empresa requiere de una estrategia de ventas en cuanto a los productos que serán ofertados para su respectiva comercialización, estas serán son determinadas como estrategias de marketing y la meta es llegar más hacia el consumidor final de un producto o servicio.

#### a. **Canales de distribución**

## CANAL CORTO O DIRCTO.

### Gráfico N° 25. Canales de Distribución



Fuente. Trabajo de campo

Diseño. **Freire, J. (2011)**

Nuestra empresa está identificada con el canal medio porque, adquiere la materia prima y la transforma, y el producto es vendido directamente al consumidor final y así mismo la atención se lo realiza personal y directamente con el cliente.

Se realizará promociones permanentes, de esta manera los consumidores pueden conocer y consumir nuestro producto, también se realiza a través de publicidad y propaganda radial, afiches, hojas volantes, etc.

#### iv. Plan de comunicación

Una vez establecida la demografía, realizar el estudio de mercado, de los consumidores que acuden a nuestra empresa, sus preferencias y establecer el impacto ambiental que trae consigo la ejecución del proyecto, se tiene una visión más clara de los clientes el Cantón Baños de Agua Santa, que serán nuestros potenciales consumidores, por lo que podemos definir un plan de comunicación el cual está diseñado para hacernos conocer, conquistando sus expectativas.

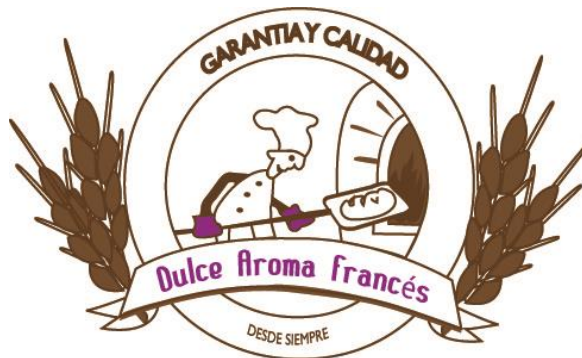
Para un éxito en el plan de comunicación, utilizo los métodos más eficientes y que no incurrirán en gastos excesivos como:

- Hojas volantes que darán un impacto visual desde que lo tengan en sus manos.
- Se creó un jingle radial para llamar la atención de los radio-escuchas de la localidad.
- Se realiza publicaciones en el periódico local una vez al mes.
- Se elaboró una gigantografía luminosa para la identificación del establecimiento.
- Para el expendio del producto se creó empaques de varios tamaños y modelos.

## **Logotipo**

### **v. Estrategias de Mercado**

## Gráfico N° 26. Logotipo



Fuente. Diseñador Gráfico

Diseño. **Espinoza P. (2011)**

Con el simple hecho de pronunciar “El Dulce Aroma Francés”, está dando referencia al nuevo mundo gastronómico de la panadería, pastelería y repostería de la provincia de Tungurahua, es una forma vivir de la gastronomía.

El horno significa el sabor clásico y tradicional en la elaboración de cada uno de sus productos a más de eso la calidez con la cual se atiende a los clientes de nuestra empresa.

En el logotipo si se escoge el color correctamente, este se convierte en estimulante para aumentar el consumo, teniendo en cuenta que el color y la luz son recursos que motivan la emoción.

### **El Blanco:**

- Se le considera el color de la perfección, por esta razón se colocó de

fondo.

- Significa seguridad, la misma que se pretende transmitir a nuestros clientes.
- Representa pureza y limpieza, las mismas que se emplea en el paradero, al manejar los productos, al manipular la materia prima, al mantener en total pulcritud el paradero a la espera de los clientes.
- El blanco significa seguridad, pureza y limpieza. A diferencia del negro, el blanco por lo general tiene una connotación positiva, representa un inicio afortunado.
- La pulcritud y limpieza es sinónimo de trabajar en “El Dulce Aroma Francés”

## **El Violeta**

- Es el color que indica ausencia de tensión. puede significar: calma, autocontrol, dignidad, aristocracia y también violencia, agresión premeditada, engaño.
- Es el color más enigmático y se asocia a lo desconocido, que es lo que llama la atención por ser un color que asocia a la tranquilidad y relajamiento del cliente.
- El violeta es un color muy poderoso para la psique, se le asocia con el funcionamiento del cerebro y es un estimulante de la imaginación y de la intuición.

- El violeta y el morado son colores de transformación al más alto nivel espiritual y mental, capaces de combatir los miedos y aportar paz.
- Se conecta con los impulsos musicales y artísticos, el misterio y la sensibilidad a la belleza y los grandes ideales, inspirándonos sensibilidad, espiritualidad y compasión.

### **El Amarillo Dorado**

- Ayudará a tener una calidez dentro de nuestra empresa.
- Fortalece a nuestro cuerpo y espíritu.
- El color dorado claro es excelente para la depresión y equilibra la mente.
- El color dorado, al igual que el amarillo, se le asocia con el sol, la abundancia (riquezas) y el poder. También con los grandes ideales, la sabiduría y los conocimientos.

### **Eslogan:**

- Se realizó un riguroso análisis de cada uno de los productos.
- Declarar los beneficios principales del producto o marca para el comprador o cliente potencial.
- Destacar las diferencias entre mi producto y el de la competencia dentro del marco legal establecido.
- Hacer una declaración simple, concisa, tajante, directa y apropiada.

- A menudo es ingenioso, si bien no todos los eslóganes publicitarios deben serlo.
- Adoptar una personalidad “distintiva” respecto al resto de la competencia.
- Dar una impresión creíble de la marca y producto.
- Hacer que el consumidor se sienta “bien”.
- El consumidor siente un deseo o una necesidad para compra mi producto.
- Es difícil de olvidar, se adhiere a la memoria (quieras que no), especialmente, si se acompaña con instrumentos nemotécnicos como estribillos, ritmos, imágenes o secuencias de anuncios televisivos.
- Deja libre alcance de su imaginación.

***“¡Solo probando, sentirá la diferencia...!”***

El objetivo principal es llegar el cliente, haciendo hincapié en el sabor más que en la apariencia, en vista de que existen productos que por su nombre no son muy atraídos a su consumo.

### **Promoción de Ventas**

Los incentivos a corto plazo para realizar la promoción de ventas que se utilizará son:

- Se entregará vales certificados, que completando un determinado número podrá adquirir el mismo valor en producto totalmente gratis.
- Se otorgará obsequios con el logo de la nueva empresa, por la fidelidad de los consumidores.
- Se realizará descuentos válidos por tiempo limitado y de acuerdo a la temporada.

### **Relaciones Públicas**

En la nueva empresa como uno de los objetivos principales es fortalecer los vínculos con los clientes, proveedores y empleados; escuchando sugerencias, informándolos y persuadiéndolos al consumo y así lograr, fidelidad, cooperación y entusiasmo de los mismos en el presente y futuro, cuidando de esta manera la imagen de la nueva empresa.

### **vi. Competencia**

El turismo y la gastronomía van conjuntamente de la mano formando parte de una amplia gama de productos por ofrecer.



De una manera clara si no hubiese competencia no se necesitarían dirigentes, la empresa tendría planes, pero no estrategias. Toda estrategia guarda relación con la competencia, por eso el fin de la estrategia es el de ampliar el poder de la empresa ante sus competidores, pero para esto es necesario conocer la oferta de la competencia.

### **Identificación de las empresas competidoras**

En la zona del cantón Baños de Agua Santa, en los últimos años se han incrementado los negocios de empresas panificadoras las cuales hasta la actualidad se encuentran registradas en el departamento de rentas del Ilustre Municipio de Baños de Agua Santa.

**Tabla N° 68. Competencia directa, del Cantón Baños de Agua Santa**

Nº	PROPIETARIO	RAZON	DIRECCION	DETALLE
1	Canchignia Vargas Rosa María	Panadería	Ambato y 16 de Diciembre	Panadería y Pastelería

2	Cazco Cazco Julia Piedad	Panadería El Gordito	Nogales y Motilones	Panadería y Pastelería
3	Díaz Quinaluisa Jorge Edison	Panadería	Eugenio Espejo y Eloy Alfaro	Panadería y Pastelería
4	Díaz Quinaluisa Luis Mentor	Panadería Johana	Av. Amazonas y Oscar Efrén Reyes	Panadería y Pastelería
5	Díaz Quinaluisa Nelson Raúl	Panadería Díaz	Pastaza y Oriente	Panadería y Pastelería
6	Díaz Quinaluisa Gustavo Jaime	Panadería	12 de Noviembre y Oriente	Panadería y Pastelería
7	Díaz Quinaluisa Luis Efraín	Panadería Baños	Oscar Efrén Reyes y Ambato	Panadería y Pastelería
8	Freire Yepes Selena Margarita	Tas Tortas de Margarita	Tomas Halfans y Ambato	Panadería y Pastelería
9	Gamboa Valdivieso María Isabel	Panadería Israel	16 de Diciembre y Ambato	Panadería y Pastelería

10	Iturralde Valencia Fausto Isidro	Panadería Ceci	Los Combatientes y Fundición	Panadería y Pastelería
11	Llerena Lozada Marco Antonio	Panadería Esquipan	Luis A. Martínez y Tomas Halfans	Panadería y Pastelería
12	Manzano Villalva Fausto Bolívar	Panadería	Vicente Rocafuerte y Eloy Alfaro	Panadería y Pastelería
13	Mejía Freire Edwin Alberto	Panadería la Exquisita	Pedro Vicente Maldonado y Oriente	Panadería y Pastelería
14	Paredes Guevara Carlos Vicente	Panadería Abarrotes La Delicia	Pastaza y Vicente Rocafuerte	Panadería y Pastelería
15	Reinoso Barriga Patricia Aleja	Panadería Los Gemelos	Arrayanes y Nogales	Panadería y Pastelería
16	Sánchez Sarabia Nancy Lucitania	Panadería	Av. Oriente y Eduardo Tapia	Panadería y Pastelería
17	Silva Moreno Javier Ulpiano	Panadería "Pan Nuestro"	Pedro Vicente Maldonado y Eugenio Espejo	Panadería y Pastelería

18	Silva Toa Diego Patricio	Panadería Delis Pan	Oriente y Tomas Halfkans	Panadería y Pastelería
19	Soria Ubillus Tarcila Beatriz	Panadería Su Casa Cafería	Pedro Vicente Maldonado y Eugenio Espejo	Panadería y Pastelería
20	Valencia Santamaría Nelly Susan	Sue Pan- Panadería y Pastelería	Pedro Vicente Maldonado y Ambato	Panadería y Pastelería
21	Villacis Acuña Alex Enrique	Panificadora Espiga Dorada	Eugenio Espejo y Juan León Mera	Panadería y Pastelería
22	Yanes Caguana Segundo Vicente	Panadería Don Viche	Av. Amazonas y Tomas Halfkans	Panadería y Pastelería
23	Zabala Casco Miguel Efraín	Panadería Flor	Eloy Alfaro y Ambato	Panadería y Pastelería

**Fuente.** Departamento de Rentas Del Ilustre Municipio del Cantón Baños de Agua Santa.

Diseño. **Freire, J. (2011)**

Se puede ver claramente que existe competencia directa, pero en vista de falta de una amplia escala de productos, especialmente lugares que oferten productos como el nuestro.

De la competencia indirecta que se tiene se observa las siguientes características:

- Los locales que ofertan productos similares, en su mayoría no están registrados en el ministerio de turismo.
- Se encuentran con una infraestructura inadecuada.
- No existe un control de calidad ni control sanitario.
- Los establecimientos que se encuentran registrados, ofertan uno o dos productos diferentes de su misma producción.
- Su medio para promocionar el producto es con publicidad estática como gigantografías, vallas publicitarias y en el mejor de los casos ofertan sus productos en una radio local.
- No existen establecimientos que brindan opciones para su forma de pago.
- Su gran mayoría no posee equipo necesario para el mantenimiento y preparación respectiva, como: cuartos fríos, materiales y equipos adecuados, bodegas entre otros.
- El personal no está correctamente uniformado o a su vez no mantienen las normas de higiene adecuadas.

Existen empresas que trabajan a nivel de toda la provincia de Tungurahua que se encuentran registradas en el Ministerio de Turismo (MINTUR), las cuales detallamos en la siguiente tabla.

Mediante esta tabla notamos que a pesar de que existen lugares donde ofrecen producto similar al nuestro, pero no hay ninguna en el cantón que se ejecutara el proyecto.

### **Análisis FODA, considerando a la competencia.**

#### **FORTALEZAS:**

- Calidad de la materia prima a utilizarse.
- Servicio personalizado para nuestro consumidor final.
- Calidad, capacidad y capacitación del personal.
- Equipos y utensilios que vamos a utilizar durante la preparación de nuestros productos.
- Estrategias de venta y apertura para nuestro local.
- La existencia del producto
- Manejo adecuado de proveedores
- Se conoce el mercado
- Oferta de un producto no explotado en su totalidad.
- Es un producto que data desde antes Cristo.
- Su localización es estratégica.
- La calidad de los productos es excelente.
- Los precios son accesibles al mercado.
- Se tiene el equipo necesario.

## **OPORTUNIDADES:**

- La competencia directa de nuestro alrededor.
- La ubicación geográfica posesionada.
- Buen mercado, gracias a la demanda que existe.
- Días feriados
- Demostrar mejoría en los productos que son ofertados.
- Promociones e inversiones.

## **DEBILIDADES:**

- Es un mercado variable.
- Inestabilidad del personal.
- Incumplimiento de las expectativas del cliente.
- Falta de preparación del personal.
- Medios publicitarios.
- Falta de dinero a invertirse.
- Gastos excesivos en cosas innecesarias.
- Mala actitud con los clientes por parte de nuestros empleados.

**AMENAZAS:**

- Fenómenos naturales como el volcán en proceso eruptivo.
- Incendios.
- Paralizaciones.
- Expuesto a robos.
- Inflación.
- Falta de remodelación.

**MISIÓN:**

“Ofrecer un producto de calidad con atención directa y personalizada a nuestro cliente, usuario y consumidor utilizando equipos humanos, tecnológicos y competitivos logrando así satisfacer sus necesidades para alcanzar el primer lugar en el mercado local y provincial.”

**VISIÓN:**

“Ser una de las primeras microempresas líderes que brinde un producto y atención mediante la personalización logrando así satisfacer los requerimientos y expectativas de los consumidores en los próximos años”



## vii. Determinación de gastos del área de marketing

La empresa cuenta con un activo fijo y aparte es necesario determinar los demás gastos del área comercial.

**Tabla N° 69. Rubros de publicidad**

Tipo de publicidad	Emisora	Prensa	Presupuesto Mensual	Presupuesto Anual
Radial	Olímpica Estéreo		80	960
Escrita		Mi Ciudad	60	720
		Hojas Volantes	60	720
		Gigantografía	200	200
Merchandising		Empaques para panes y tortas	80	960
<b>TOTAL</b>			<b>480</b>	<b>3560</b>

**Fuente.** Trabajo de Campo.

Diseño. **Freire, J. (2011)**

#### **d. GESTION DE TALENTO HUMANO**

##### **i. Determinación del Talento Humano**

###### **Objetivo**

Uno de los factores más importantes para el inicio de las actividades es el número de empleados que se va a requerir, también es claro que un exceso de mano de obra significa un aumento en los costos, por el contrario la falta de mano de obra puede implicar el retraso o incumplimiento de la producción planificada.

Cada persona tiene que efectuar un cierto número de tareas designadas y llevar a cabo el incumplimiento de estas será el éxito o fracaso de la empresa.

Para cada empleado se elabora una ficha profesiografica y que debe llenarla con la mayor expectativa para nosotros como empleadores.

Para la ejecución de este proyecto se requiere del siguiente personal administrativo y personal de producción.

**PERSONAL ADMINISTRATIVO.-** el personal administrativo se encarga directamente del buen funcionamiento de la empresa y se hace responsable de la actividad laboral, económica y servicio de venta del producto.

**PERSONAL DE PRODUCCIÓN.-** su principal función es tener todos los productos a tiempo para que el cliente este satisfecho con el producto que va a ser consumido.

ii. **Descripción de los puestos de trabajo**

1.1. Ficha profesiografica para el área administrativa.

1.1.1. Ficha Profesiograma para Administrador.

**Tabla N° 70. Modelo de Ficha Profesiografica Tipo 1 del Gerente**

**Propietario (ADMINISTRADOR)**

<b>PUESTO</b>	<b>Administrador</b>	<b>CATEGORIA</b>	<b>Administración</b>
<b>SUELDO BRUTO 800</b>	ANUAL/MENSUAL GANANCIAS DE LA PANADERÍA	NUMERO DE PAGAS/ANUAL	12
		NÚMERO DE HORAS	14
<b>DEPENDENCIA DEL PUESTO: DE LAS POLÍTICAS DE LA EMPRESA</b>			
<b>FUNCIONES</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Planificar, dirigir, controlar, y dar soluciones a la problemática de la empresa en caso de existir.</li> <li>- Dirigir y supervisar cada una de las operaciones que se realizan en el área productiva.</li> <li>- Realizar planes de marketing.</li> <li>- Negociar con los diferentes proveedores de materia prima.</li> <li>- Establecer las políticas de la empresa.</li> <li>- Capacidad de ampliación del área productiva.</li> <li>- Planificación del equipo de trabajo.</li> <li>- Inspección de los productos y personal de trabajo.</li> <li>- Capacitación del personal en el plan HACCP.</li> <li>- Recepción de materia prima con el chef panadero/pastelero.</li> </ul>			
<b>RESPONSABILIDADES</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dar solución a los diferentes problemas dentro de la empresa como entre los empleados o con los clientes.</li> <li>- Garantizar la inocuidad de los productos expendidos en el establecimiento.</li> <li>- Dirección y control.</li> </ul>			
<b>ATRIBUCIONES</b>			
<b>Asignación de horarios y puestos de trabajo del personal.</b>			

**Fuente.** Trabajo de Campo

**Diseño.** Freire, J. (2011)

## 1.2. Fichas Profesiográfica para el Chef Panadero Pastelero

### 1.2.1. Ficha Profesiográfica Tipo 1 para el Chef Panadero Pastelero

**Tabla Nº 71. Modelo de ficha Profesiográfica Tipo 1 para Chef Panadero Pastelero**

PUESTO	CHEF PANADERO PASTELERO	CATEGORÍA	PRODUCCIÓN
SUELDO BRUTO	ANUAL \$6600	NUMERO DE PAGAS/ANUAL	12
	MENSUAL \$550	NÚMERO DE HORAS (MENSUAL)	800
<b>Dependencia del puesto: De las políticas de la empresa</b>			
<b>FUNCIONES</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Planificar, dirigir, controlar y dar soluciones a los diferentes problemas en cocina</li> <li>- Supervisar cada una de las operaciones que se realizan en el área productiva.</li> <li>- Realiza la requisición.</li> <li>- Otorgar el ritmo que requiera en producción.</li> <li>- Distribución de trabajo en la cocina.</li> <li>- Diseño de nuevas recetas para ofrecer a los clientes.</li> <li>- Planificación del equipo de trabajo.</li> <li>- Inspección de los productos y personal de trabajo.</li> <li>- Enseñar al ayudante de cocina.</li> <li>- Recepción de materia prima con el administrador.</li> </ul>			
<b>RESPONSABILIDADES</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Supervisa la limpieza después de una larga jornada de trabajo.</li> <li>- Resolver los problemas que se dan en cocina.</li> <li>- Hacer cumplir con las diferentes responsabilidades de su personal a cargo.</li> </ul>			
<b>ATRIBUCIONES</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Asignación de horarios y puestos de trabajo del personal a su cargo.</li> </ul>			

**Fuente.** Trabajo de Campo

Diseño. **Freire, J. (2011)**

### 1.3. Ficha Profesiográfica para el Ayudante de Cocina.

#### 2.3.1. Modelo de ficha Profesiográfica Tipo 1 para Ayudante de Chef Panadero/Pastelero

**Tabla N° 72. Modelo de ficha Profesiográfica Tipo 1 para ayudante.**

PUESTO	AYUDANTE	CATEGORIA	PRODUCCION
SUELDO BRUTO	ANUAL 4200	NUMERO DE PAGAS/ANUAL	12
	MENSUAL 350	NUMERO DE HORAS (MENSUAL)	800
Dependencia del puesto: De las políticas de la empresa			
<b>FUNCIONES</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ayudar al chef en todo lo que necesite.</li> <li>- Limpieza, desinfección y mantenimiento de cada uno de los materiales y equipos que sean utilizados durante la jornada laboral.</li> <li>- Capacidad de ingenio en el área productiva.</li> <li>- Preparación del mise en place.</li> <li>- Recepción de materia prima en caso de ausencia del chef.</li> <li>- Conocer el perfecto funcionamiento de cada una de las maquinarias de la empresa.</li> <li>- Ordenar, organizar y disponer de los productos pre-elaborados para cada una de las respectivas preparaciones.</li> </ul>			
<b>RESPONSABILIDADES</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dar cumplimiento a las políticas de la empresa para que no existan sanciones posteriores.</li> <li>- Cumplir a cabalidad con su horario de trabajo.</li> </ul>			

**Fuente.** Trabajo de Campo

Diseño. **Freire, J. (2011)**

## 1.4. Fichas Profesiográficas para el Despachador del Producto

### Terminado.

#### 1.4.1. Modelo de ficha Profesiográfica Tipo 1 Despachador del Producto Terminado.

**Tabla Nº 73. Modelo de ficha Profesiográfica Tipo 1 para Despachador del Producto Terminado**

<b>PUESTO</b>	<b>DESPACHADOR DEL PRODUCTO TERMINADO</b>	<b>CATEGORIA</b>	<b>ATENCION AL CLIENTE</b>
<b>SUELDO BRUTO</b>	ANUAL 3120	NUMERO DE PAGOS/ANUAL	12
	MENSUAL 260	NUMERO DE HORAS (MENSUAL)	800
<b>Dependencia del puesto: De las políticas de la empresa</b>			
<b>FUNCIONES</b>			
<ul style="list-style-type: none"><li>- Dirigir y supervisar que cada uno de los productos estén a tiempo para ser expendidos al cliente.</li><li>- Realizar planes de marketing conjuntamente con el administrador.</li><li>- Establecer buenas relaciones humanas con los diferentes clientes que acudan al establecimiento comercial.</li><li>- Capacidad de convencimiento.</li><li>- Inspección de los productos que son expendidos.</li><li>- Mantener limpia su área de trabajo.</li><li>- Hacerle entender al cliente que él es la persona más importante dentro de nuestra empresa.</li><li>- El cliente es la persona que llega con una necesidad y nosotros tenemos que satisfacerlo.</li><li>- El cliente no depende de nosotros, sino, nosotros de él.</li></ul>			
<b>RESPONSABILIDADES</b>			
<b>Es la persona que se encarga de despachar toda la materia prima y se relaciona directamente con el cliente.</b>			

**Fuente.** Trabajo de Campo

Diseño. **Freire, J. (2011)**

### iii. Perfil de los Trabajadores

Cada trabajador debe tener el siguiente perfil:

#### 2.1.2 Fichas Profesiogramas Tipo 2 para Gerente Propietario (Administrador)

Tabla N° 74. Modelo de ficha Profesiográfica Tipo 2 del Administrador

PUESTO	ADMINISTRADOR
<b>FUNCIONES BASICAS</b>	Administrar la nueva empresa
<b>RESPONSABILIDADES BASICAS</b>	Controlar y supervisar las diferentes actividades
<b>FORMACION ACADEMICA REQUERIDA</b>	Administrador en Alimentos y Bebidas. Licenciado en Gestión Gastronómica
<b>FORMACION OCUPACIONAL REQUERIDA</b>	Administrador/a en Gestión Gastronómica Licenciado/a en Gestión Gastronómica
<b>OTROS CONOCIMIENTOS</b>	
<b>CONOCIMIENTO</b>	NIVEL
Manejo de las diferentes normativas que el puesto lo requiere.	
<b>EXPERIENCIA LABORAL Y PROFESIONAL</b>	
<b>EN EL SECTOR</b>	SI
<b>EN EL PUESTO</b>	SI

Fuente. Trabajo de Campo

Diseño. Freire, J. (2011)



### 1.1.1. Ficha Profesiográfica Tipo 3 para Administrador

**Tabla Nº 75. Modelo de ficha Profesiográfica Tipo 3 del Administrador**

PUESTO ADMINISTRADOR	PUNTAJE					
	0	1	2	3	4	5
Creatividad						X
Adaptación a los cambios						X
Facilidad de interrelación personal						X
Capacidad para planificar						X
Capacidad de organización						X
Capacidad de Dirigir						X
Capacidad de Supervisar						X
Capacidad para Innovar						X
Autoformación						X
Autocontrol						X
Liderazgo						X
Constancia						X
Capacidad de Mando						X
Visión de futuro						X
Actitud para Imponer						X
Actitud para colaborar						X
Espíritu colaborador						X
Capacidad de Negociación						X

**Fuente.** Trabajo de Campo

Diseño. Freire, J. (2011)

### 1.1.1. Ficha Profesiográfica Tipo 1 para el Chef Panadero Pastelero

**Tabla Nº 76. Modelo de ficha Profesiográfica Tipo 2 para Chef Panadero Pastelero**

PUESTO		CHEF PANADERO PASTELERO
<b>FUNCIONES BASICAS</b>		Administrar y dirigir el Área de producción
<b>RESPONSABILIDADES BASICAS</b>		Controlar y supervisar las diferentes actividades en el área de producción. Elaborar nuevas recetas contantemente para promocionar nuevos productos.
<b>FORMACION REQUERIDA</b>	<b>ACADEMICA</b>	Administrador en Alimentos y Bebidas. Licenciado en Gestión Gastronómica
<b>FORMACION REQUERIDA</b>	<b>OCUPACIONAL</b>	Administrador/a en Gestión Gastronómica Licenciado/a en Gestión Gastronómica
<b>OTROS CONOCIMIENTOS</b>		
<b>CONOCIMIENTO</b>		NIVEL
Cocina caliente		Avanzado
<b>EXPARIENCIA LABORAL Y PROFESIONAL</b>		
<b>EN EL SECTOR</b>		SI
<b>EN EL PUESTO</b>		SI

**Fuente.** Trabajo de Campo

Diseño. Freire, J. (2011)

### 1.1.2. Ficha Profesiográfica Tipo 3 para el Chef Panadero Pastelero

**Tabla Nº 77. Modelo de ficha Profesiográfica Tipo 3 para chef Panadero Pastelero.**

CHEF PANADERO PASTELERO	PUNTAJE					
	0	1	2	3	4	5
Creatividad						X
Adaptación a los cambios						X
Facilidad de interrelación personal						X
Capacidad para planificar						X
Capacidad de organización						X
Capacidad de Dirigir						X
Capacidad para Innovar						X
Autoformación						X
Autocontrol						X
Liderazgo						X
Constancia						X
Capacidad de Mando						X
Visión de futuro						X
Actitud para Imponer						X
Actitud para colaborar						X
Espíritu colaborador						X

**Fuente.** Trabajo de Campo

Diseño. **Freire, J. (2011)**

### 2.3.2. Modelo de ficha Profesiográfica Tipo 1 para ayudante de cocina.

Tabla Nº 78. Modelo de ficha Profesiográfica Tipo 2 para ayudante de cocina.

PUESTO		AYUDANTE DE COCINA
<b>FUNCIONES BASICAS</b>		Destrezas y habilidades que debe desempeñar al 100% en el área de producción.
<b>RESPONSABILIDADES BASICAS</b>		Ayudar en la producción diaria de los productos requeridos.
<b>FORMACION REQUERIDA</b>	<b>ACADEMICA</b>	Conocimientos básicos de cocina.
<b>FORMACION REQUERIDA</b>	<b>OCUPACIONAL</b>	Experiencia en el campo gastronómico.
<b>OTROS CONOCIMIENTOS</b>		
<b>CONOCIMIENTO</b>		NIVEL
Cocina caliente		Medio
<b>EXPERIENCIA LABORAL Y PROFESIONAL</b>		
<b>EN EL SECTOR</b>		SI
<b>EN EL PUESTO</b>		SI

**Fuente.** Trabajo de Campo

Diseño. Freire, J. (2011)

### 2.3.2. Modelo de ficha Profesiográfica Tipo 1 para ayudante de cocina.

Tabla N° 79. Modelo de ficha Profesiográfica Tipo 3 para ayudante de cocina.

AYUDANTE DE COCINA	PUNTAJE					
	0	1	2	3	4	5
Creatividad						X
Adaptación a los cambios						X
Facilidad de interrelación personal						X
Capacidad para planificar						X
Capacidad de organización						X
Capacidad para Innovar						X
Autoformación						X
Autocontrol						X
Liderazgo						X
Constancia						X
Capacidad de Mando						X
Visión de futuro						X
Rapidez en la toma de decisiones						X
Actitud para colaborar						X
Espíritu colaborador						X
Interés por tareas						X

Fuente. Trabajo de Campo

Diseño. Freire, J. (2011)

1.4.2. **Modelo de ficha Profesiográfica Tipo 2 Despachador del Producto Terminado.**

**Tabla N° 80. Modelo de ficha Profesiográfica Tipo 2 para Despachador del Producto Terminado**

<b>PUESTO</b>		<b>DESPACHADOR DEL PRODUCTO TERMINADO</b>
<b>FUNCIONES BASICAS</b>		Excelentes relaciones interpersonales para su buen trato con el cliente.
<b>RESPONSABILIDADES BASICAS</b>		Buen servicio y atención al cliente.
<b>FORMACION REQUERIDA</b>	<b>ACADEMICA</b>	Capacitaciones en servicio al cliente.
<b>FORMACION REQUERIDA</b>	<b>OCUPACIONAL</b>	Buen autocontrol en caso de problemas con los clientes.
<b>OTROS CONOCIMIENTOS</b>		
<b>CONOCIMIENTO</b>		<b>NIVEL</b>
Ingles		Básico
<b>EXPARIENCIA LABORAL Y PROFESIONAL</b>		
<b>EN EL SECTOR</b>		SI
<b>EN EL PUESTO</b>		SI

**Fuente.** Trabajo de Campo

Diseño. Freire, J. (2011)

1.4.3. **Modelo de ficha Profesiográfica Tipo 3 Despachador del  
Producto Terminado.**

**Tabla N° 81. Modelo de ficha Profesiográfica Tipo 2 para Despachador del  
Producto Terminado**

DESPACHADOR DEL PRODUCTO TERMINADO	PUNTAJE					
	0	1	2	3	4	5
Creatividad						X
Adaptación a los cambios						X
Facilidad de interrelación personal						X
Capacidad de atención al cliente						X
Capacidad de organización						X
Liderazgo y participación con el resto de trabajadores.						X
Capacidad de innovación						X
Autoformación						X
Autocontrol						X
Constancia						X
Capacidad de flexibilidad						X
Visión de futuro						X
Actitud para conocer al cliente.						X
Actitud para colaborar.						X
Espíritu colaborador						X

**Fuente.** Trabajo de Campo

Diseño. **Freire, J. (2011)**

iv. Costos Salariales

En el siguiente cuadro se detalla los costos salariales; los mismos que están calculados para un año laboral.

Tabla Nº 82. COSTOS SALARIALES

COSTOS SALARIALES ANUALES									
CARGO	SUELDO NOMINAL MENSUAL	ANUAL	APORTE PATRONAL 11,15%	IECE Y SECAP 1%	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	TOTAL GASTOS ROL
Administrador	500,00	6.000,00	669,00	60,00	500,00	292,00	250,00	500,00	8.271,00
Chef Panadero Pastelero y Repostero	420,00	5.040,00	561,96	50,40	420,00	292,00	210,00	420,00	6.994,36
Ayudante de Cocina	330,00	3.960,00	441,54	39,60	330,00	292,00	165,00	330,00	5.558,14
Despachador	264,00	3.168,00	353,23	31,68	264,00	292,00	132,00	264,00	4.504,91
<b>TOTAL</b>	<b>1.514,00</b>	<b>18.168,00</b>	<b>2.025,73</b>	<b>181,68</b>	<b>1.514,00</b>	<b>1.168,00</b>	<b>757,00</b>	<b>1.514,00</b>	<b>25.328,41</b>

Fuente. Trabajo de campo

Diseño. Freire, J. (2011)



## **vi. Organización de la Empresa**

Es necesario saber qué tipo de organización empresarial formara esta nueva entidad, la misma que será unipersonal, este corresponde a un proceso de organización de los recursos (humanos, financieros y materiales) de los que dispone la empresa con el establecimiento del marco fundamental.

### **Propósito de la Organización**

- Lograr la satisfacción de los consumidores de los productos ofertados.
- Eliminar la sobrepoblación de empleados contratando personal capacitado.
- Establecer canales de comunicación para facilitar las operaciones.

## vii. Programa Operativo

En el plan operativo se determina las actividades a realizar dentro del primer año de funcionamiento de la nueva empresa.

**Tabla N° 83. Programa operativo mensual.**

FECHA	ACTIVIDAD	OBSERVACIONES/RESPONSABLE
<b>PRIMER MES</b>	Capacitación del personal: Tema: Higiene y manipulación de alimentos Adquisición de materia prima Control y recepción de materia prima	GERENTE PROPIETARIO
<b>SEGUNDO MES</b>	Pre inauguración de "El Dulce Aroma Francés" Publicidad para la apertura de la nueva empresa panificadora Capacitación del personal en atención al cliente Celebración de cumpleaños del mes Limpieza profunda fin de mes.	GERENTE PROPIETARIO RESPONSABLE DE CADA AREA
<b>TERCER MES</b>	Manejo adecuado de materia prima capacitación Como evitar el desperdicio excesivo de la materia prima Reunión trimestral Limpieza profunda fin de mes.	GERENTE PROPIETARIO RESPONSABLE DE CADA AREA
<b>CUARTO MES</b>	Innovación de nuevos productos festejo de cumpleaños del mes Limpieza profunda fin de mes.	GERENTE PROPIETARIO RESPONSABLE DE CADA AREA
<b>QUINTO MES</b>	Capacitación sobre contaminación cruzada festejo de cumpleaños del mes Limpieza profunda fin de mes.	GERENTE PROPIETARIO
<b>SEXTO MES</b>	Servicio al cliente Despachador del producto terminado Evaluación al personal Limpieza profunda fin de mes.	GERENTE PROPIETARIO RESPONSABLE DE CADA AREA
<b>SEPTIMO MES</b>	Celebración de cumpleaños del mes Capacitación sobre técnicas de decoración al chef, ayudante y resto del personal. Limpieza profunda fin de mes. Fortalecimiento de relaciones interpersonales entre empleados (día de campo).	GERENTE PROPIETARIO RESPONSABLE DE CADA AREA

<b>NOVENO MES</b>	Viaje de capacitación del gerente. Reunión trimestral Fortalecimiento de los conocimientos de las diferentes áreas. Limpieza profunda fin de mes.	GERENTE PROPIETARIO RESPONSABLE DE CADA AREA
<b>DECIMO MES</b>	Viaje de capacitación del gerente resto del personal a la copa culinaria. Charla de motivación al personal. Limpieza profunda fin de mes.	GERENTE PROPIETARIO RESPONSABLE DE CADA AREA
<b>ONCEAVO MES</b>	Limpieza profunda fin de mes.	RESPONSABLE DE CADA AREA
<b>DOCEAVO MES</b>	cena navideña empleados y un acompañante	GERENTE PROPIETARIO

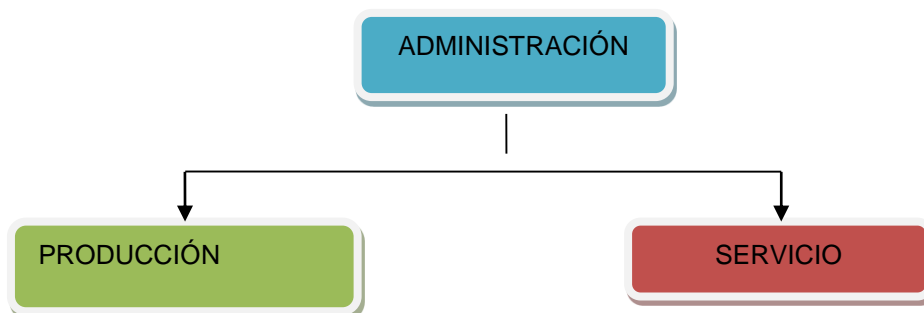
**Fuente.** Trabajo de Campo

Diseño. **Freire, J. (2011)**

**Nota:** Este Programa está sujeto a cambios por imprevistos.

### viii. Organigrama empresarial.

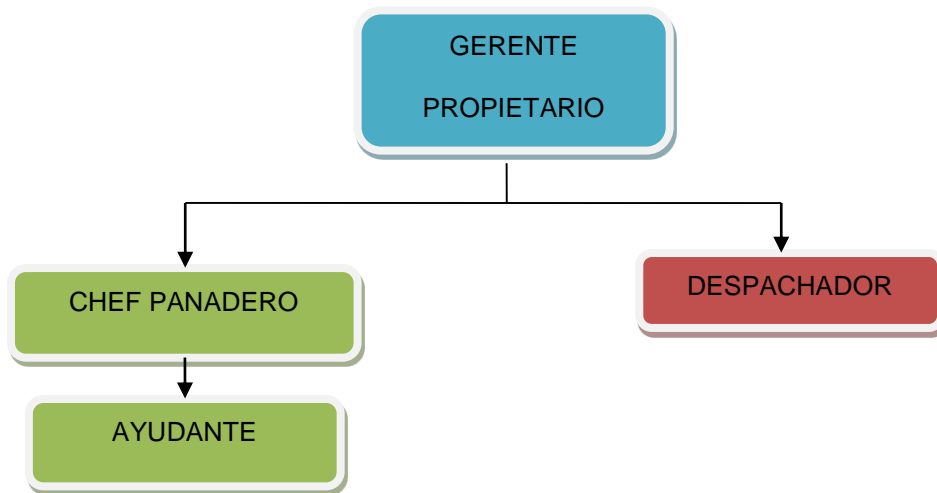
**Gráfico N° 27. Organigrama Estructural Centralizado**



**Fuente.** Trabajo de Campo

Diseño. **Freire, J. (2011)**

**Gráfico N° 28. Organigrama Funcional**



**Fuente.** Trabajo de Campo

**Diseño.** Freire, J. (2011)

#### **ix. Selección y Contratación del Talento Humano**

La selección y contratación del personal tiene que ser individual y pulida: fijando los requerimientos de los recursos humanos, acrecentando las fuentes más seguras que permitan allegarse a los candidatos idóneos, evaluando la potencialidad física y mental de los solicitantes, así como su aptitud para el trabajo, utilizando para ello una serie de técnicas, como la entrevista, las pruebas psicométrías y los exámenes médicos etc.

Una persona adecuada es por lo general la que tiene experiencia, actitud y capacitación profesional para cada puesto en particular; También es un empleado honesto con ética.

- **Proceso de reclutamiento, selección y contratación**

Para el reclutamiento, se convocará al personal mediante:

- Medios de comunicación
- Clasificados de empleo por medio de hojas volantes.
- Internet
- Otras empresas

➤ **Selección**

La selección de personal, será de manera objetiva y personalizada en la cual se utilizara la entrevista como instrumento de recopilación de información, con el fin de intercambiar información valiosa y se receptará el currículum vitae, días antes para su evaluación.

Estos son algunos de los parámetros más importantes para la evaluación y selección.

- Aspecto físico y adaptado al ambiente: cabello y forma de vestir se adecuen a unos estándares de elegancia y sobriedad propios a la selección en curso.
- Forma del saludo.
- Puntualidad y respeto en sus expresiones.

- Relaciones humanas.

Se analizará capacidades como:

- Velocidad y exactitud.
- Destreza, higiene y organización.
- Habilidad física
- Comprensión

Para la contratación, el personal favorecido deberá presentar copias de la información presentada en la hoja de vida, exámenes médicos, y permisos de manipulación de alimentos en el caso del personal de cocina. De preferencia se elegirá aquellos que tienen conocimientos sobre técnicas y manipulación de alimentos.

### ➤ **Contratación**

Para la contratación del personal son tomados los siguientes aspectos:

- La duración del contrato será por tiempo indefinido.
- La contratación se llevará a cabo entre el gerente propietario y el trabajador.
- El contrato será firmado por el gerente propietario y el trabajador; luego

se entregara la respectiva documentación.

- Finalmente se realiza el trámite de afiliación al IEES.

➤ **Estímulo y Capacitación**

Como al momento de laborar todo el grupo de trabajo es nuevo no hay ningún tipo de inconvenientes al momento de interrelacionar e intercambiar palabras para tener una buena comunicación entre los trabajadores que formaran parte de la nueva empresa. La capacitación es un paso fundamental que se realizará constantemente, para que el personal se encuentre en el nivel deseado, logrando:

- Adaptación de la persona en el puesto respectivamente elegido.
- Eficacia y progreso en las actividades.
- Incrementar la productividad.
- Prepararlo para pasar a niveles más avanzados.
- Promover seguridad en el empleo.
- Mejorar condiciones de seguridad en el trabajo.

e. **ASPECTOS ECONOMICO-FINANCIEROS**

i. **Objetivos empresariales.**

Son los fines a los que la panadería, pastelería y repostería “El Dulce Aroma Francés” persigue alcanzar, y como tales tenemos:

**1. Corto plazo.**

Dentro del primer año de funcionamiento el objetivo es obtener la recuperación de la inversión, que se reflejará en la obtención del suficiente capital de trabajo para mantener de manera eficiente el negocio, de esta manera por el giro propio del establecimiento seguir incrementando el valor económico.

**2. Mediano Plazo.**

El objetivo a mediano plazo dentro de los tres años, será el generar la rentabilidad económica y financiera que se ha planteado en este proyecto.

**3. Largo Plazo**

Luego de obtener liquidez y generar la rentabilidad deseada, el objetivo luego de los tres primeros años es de lograr un crecimiento en las ventas, reflejado en mayores utilidades, sin descuidar a la competencia.



#### 4. Creación de valor

Para llegar a ser una empresa reconocida, competitiva y con bases sólidas y luego de haber obtenido liquidez, generar rentabilidad y de haber logrado un crecimiento en las ventas, se mantendrá un servicio en constante innovación, manteniendo la calidad, cumpliendo con los objetivos a cabalidad.

**Tabla N° 84. Fuentes**

FUENTE	CAPITAL DE TRABAJO INVERSIÓN	%	INVERSIÓN FIJA		TOTAL
			INVERSIÓN	%	
Aporte Gerente Propietario	15000	100%	15000	0%	15000
Préstamo	0	0%	20000	100%	20000
<b>Total</b>	<b>15000</b>	<b>100%</b>	<b>25000</b>	<b>100%</b>	<b>35000</b>

**Fuente.** Trabajo de Campo

Diseño. **Freire, J. (2011)**

**Tabla N° 85. Usos**

INVERSIÓN FIJA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
<b>INVERSIÓN FIJA</b>			<b>16068,98</b>
Balanza 5 kg electrónica	1	8,90	8,90
Cocina industrial pequeña	1	120,00	120,00
Amasadora (1 quintal)	1	920,00	920,00
Batidora industrial	1	980,69	980,69
Extractor de olores(campana)	1	640,00	640,00
Horno convección eléctrico (capa. 10 latas)	1	3700,00	3700,00
Mesón de acero inoxidable	2	150,00	300,00
Refrigerador 11 pies	3	958,73	2876,19
Cuarto Frio 8 pies	1	2340,00	2340,00
Licudadora oster	1	80,00	80,00
Bailarinas medianas	3	44,99	134,97
Mueble Giratorio para pasteles 4 niveles	1	790,00	790,00
Barril cap.: 50 lts.	3	15,50	46,50
Moldes de corte juego de doce unidades	1	3,75	3,75
Bolillos medianos	2	2,15	4,30

Bolillos grandes	3	2,90	8,70
Bailarinas	3	45,00	135,00
Sil pack	4	12,00	48,00
Abrelatas	1	2,15	2,15
Peines para decorar pasteles juego de doce	1	12,76	12,76
Espátulas de goma para decoración de tortas	6	1,30	7,80
Kit de boquillas para decorar decena	2	5,20	10,40
Jarras de plástico	6	0,85	5,10
Kit decorador de galletas decena	1	4,05	4,05
Mangas pasteleras grandes	3	4,00	12,00
Mangas pasteleras medianas	3	3,25	9,75
Moldes desmoldables varios tamaños juego de doce	1	50,00	50,00
Batidor manual	3	3,00	9,00
Bowls grandes	6	4,00	24,00
Bowls medianos	6	2,00	12,00
Bowls pequeños	6	0,90	5,40
Recipientes cuadrados	4	5,25	21,00
Embudo	2	0,65	1,30
Exprimidor de limones	2	0,80	1,60
Cucharas soperas decena	1	1,25	1,25
Juego de cucharones docena	1	6,50	6,50
Coladores varios tamaños docena	1	5,00	5,00
Cuchillo profesional cebollero	1	6,00	6,00
Gradillero 20 latas	1	45,00	45,00
Rallador cuatro lados	2	1,70	3,40
Tablas de picar medianas plásticas	4	8,00	32,00
Recipientes cuadrados docena	1	3,25	3,25
Camisetas	14	4,50	63,00
Gorras	4	3,50	14,00
Mandil para despacho de materia prima	2	1,50	3,00
Delantales	4	3,00	12,00
Mandil para batería de cocina	2	3,00	6,00
Mallas docena	2	3,00	6,00
Tocas docena	1	6,00	6,00
<b>Equipos de Panadería</b>			<b>13537,71</b>
Calculadora	1	15,60	15,60
computadora e impresora	1	651,75	651,75
<b>Equipo de Cómputo</b>			<b>667,35</b>
Archivador	1	75,00	75,00
Estación de trabajo tipo ejecutivo	1	150,00	150,00
Silla de oficina	1	27,75	27,75
Caja registradora	1	150,00	150,00
Mostrador de 3 niveles	2	80,95	161,90
Vitrinas de dos niveles	1	85,00	85,00
<b>Muebles y Enseres</b>			<b>649,65</b>
Papelera	1	19,90	19,90
Flash memory	1	14,50	14,50

Memoria externa	1	25,00	25,00
Carpetas	12	0,15	1,80
Resaltador	3	0,75	2,25
Perforadora	1	1,35	1,35
Grapadora	1	1,50	1,50
Tijeras	2	0,75	1,50
Esferográficos	6	0,35	2,10
Ambientales 4 lts.	2	5,00	10,00
Limpiones docena	6	0,66	3,96
Tachos para la basura	1	4,00	4,00
Porta trapeador	1	15,36	15,36
Estropajos	10	1,25	12,50
Basureros	2	5,50	11,00
Fundas industriales para la basura paquete de 20 unidades	1	2,90	2,90
Trapeador	4	5,30	21,20
Lava vajilla grande	1	8,00	8,00
Recogedor de basura	2	1,50	3,00
Escobas	3	1,30	3,90
Cloro 4 lts.	2	4,50	9,00
Jabones de baño paquete 4	1	3,25	3,25
Shampoo	1	4,20	4,20
Toallas 80 cm x 150 cm	2	4,00	8,00
Toallas desechables paquete	1	2,80	2,80
Líquido antibacterial para manos	1	1,50	1,50
Papel higiénico docena	1	6,50	6,50
<b>Útiles de oficina</b>			<b>200,97</b>
Uniforme para gerente propietario	2	31,75	63,50
Uniforme para chef panadero pastelero	2	40,50	81,00
Uniforme ayudante de panadería/pastelería	2	40,50	81,00
Uniforme para Despachador de producto	2	20,00	40,00
Caja de guantes desechables	2000	0,05	100,00
Mascarillas docena	12	3,15	37,80
Extintor 25 libras	1	78,00	78,00
Gas industrial	3	40,00	120,00
Tocas desechables unidades	1000	0,37	370,00
Mandil para limpieza	2	3,00	6,00
Mallas docena	12	3,00	36,00
<b>Otros Gastos</b>			<b>1013,30</b>

**Fuente.** Trabajo de Campo

Diseño. **Freire, J. (2011)**

## Previsión de Ventas

Para la proyección de ventas analiza el número de días laborados y se toma en cuenta la temporada para realizar la producción, los datos son los siguientes:

**Tabla Nº 86. Proyección de Ventas.**

Mes de trabajo	Número de días laborados.	Producción diaria en kg.	Producción en Kg. De harina
Enero	30	85	2550
Febrero	28	95	2660
Marzo	31	84	2604
Abril	30	86	2580
Mayo	30	92	2760
Junio	30	94	2820
Julio	30	98	2940
Agosto	30	97	2910
Septiembre	30	90	2700
Octubre	30	82	2460
Noviembre	29	88	2552
Diciembre	30	89	2670
<b>Total</b>	<b>358</b>		<b>32206</b>

**Fuente.** Trabajo de Campo

Diseño. **Freire, J. (2011)**

De acuerdo a los días que se van a laborar durante todo el año se estableció la producción de harina en 89 kg diarios reflejando los resultados en el cuadro número 86 y 87.

**Tabla Nº 87. Proyección de ventas Reflejado en dolares**

<b>TOTAL VENTAS ANUALES PROYECTADAS</b>						
<b>DETALLE DE PRODUCTOS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	<b>TOTAL VENDIDO 5 PERIODOS</b>
PANES	176.422,40	194.064,64	213.471,10	234.818,21	258.300,04	1.077.076,39
POSTRES	121.075,60	133.183,16	146.501,48	161.151,62	177.266,79	739.178,65
<b>VENTAS PROYECTADAS</b>	<b>297.498,00</b>	<b>327.247,80</b>	<b>359.972,58</b>	<b>395.969,84</b>	<b>435.566,82</b>	

**Fuente.** Trabajo de Campo

Diseño. **Freire, J. (2011)**

Mediante los resultados reflejado en el cuadro numero 87, se determinó la utilidad en dolares; como son dos productos expendidos al publico, y con diferentes se tomo un valor medio para

ii. **Estructura del balance**

1. **Balance general**

Partimos del Estado de Situación Inicial de la empresa en donde se encuentran nuestros activos, pasivos y patrimonio.

**Tabla Nº 88. Estado de Situación Inicial**

EMPRESA DULCE AROMA FRANCES ESTADO DE SITUACION INICIAL AL 1 DE DICIEMBRE DE 2,011				
<b>ACTIVO</b>			<b>PASIVO</b>	
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>		<b>15.000,00</b>	<b>PASIVO CORRIENTE</b>	-
Caja - Bancos	15.000,00		CUENTAS POR PAGAR	-
<b>ACTIVOS REALIZADOS</b>		<b>737,68</b>	<b>PASIVO LARGO PLAZO</b>	<b>20.000,00</b>
Menaje y Vajilla	600,46		PRESTAMOS POR PAGAR	20.000,00
Inventarios	137,22		<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>20.000,00</b>
<b>ACTIVOS FIJOS</b>		<b>89.918,46</b>	<b>PATRIMONIO</b>	87.302,18
Muebles y Enseres	649,65		CAPITAL	87.302,18
Maquinaria y Equipo de Panadería	13.537,71		<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>87.302,18</b>
Equipo de Oficina	63,75			
Equipo de Cómputo	667,35			
Edificios	75.000,00			
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>		<b>632,74</b>		
Gastos de Constitución	236,94			
Gastos de Investigación y Desarrollo	395,80			
<b>OTROS ACTIVOS</b>		<b>1.013,30</b>		
Otros	1.013,30			
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>		<b>107.302,18</b>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>107.302,18</b>

Fuente. Trabajo de Campo

Diseño. Freire, J. (2011)

## Depreciaciones

El método utilizado para las depreciaciones fue el método legal.

**Tabla Nº 89. Depreciaciones**

CUADRO DE DEPRECIACIONES								
EXPRESADO EN DOLARES								
Rubro	Valor	%	1	2	3	4	5	valor residual
Muebles y Enseres	649,65	10,00%	64,97	64,97	64,97	64,97	64,97	324,83
Maquinaria y Equipos de Panadería	13.537,71	10,00%	1.353,77	1.353,77	1.353,77	1.353,77	1.353,77	6.768,86
Equipo de Oficina	63,75	10,00%	6,38	6,38	6,38	6,38	6,38	31,88
Equipos de Computo	667,35	33,33%	222,45	222,45	222,45	-	-	(0,00)
Edificio	75.000,00	5,00%	3.750,00	3.750,00	3.750,00	3.750,00	3.750,00	56.250,00
<b>Total</b>			<b>5.397,56</b>	<b>5.397,56</b>	<b>5.397,56</b>	<b>5.175,11</b>	<b>5.175,11</b>	<b>63.375,55</b>

**Fuente.** Trabajo de Campo

Diseño. **Freire, J. (2011)**



**Tabla Nº 90. Amortizaciones**

<b>CUADRO DE AMORTIZACIONES</b>								
<b>EXPRESADO EN DOLARES</b>								
<b>Rubro</b>	<b>Valor</b>	<b>%</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>valor residual</b>
Gastos de Constitución	236,94	20,00%	47,39	47,39	47,39	47,39	47,39	-
Gastos de Investigación y Desarrollo	395,80	20,00%	79,16	79,16	79,16	79,16	79,16	-
<b>Total</b>			<b>126,55</b>	<b>126,55</b>	<b>126,55</b>	<b>126,55</b>	<b>126,55</b>	<b>-</b>

**Fuente.** Trabajo de Campo

Diseño. **Freire, J. (2011)**

## Costos Salariales

Los costos salariales están clasificados de acuerdo al desempeño y funciones de cada una de las áreas de la empresa que son administrativas, venta y producción.

**Tabla Nº 91. Costos salariales**

**Fuente.** Trabajo de Campo

COSTOS SALARIALES ANUALES									
CARGO	SUELDO NOMINAL MENSUAL	ANUAL	APORTE PATRONAL 11,15%	IECE Y SECAP 1%	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	TOTAL GASTOS ROL
Administrador	500,00	6.000,00	669,00	60,00	500,00	292,00	250,00	500,00	8.271,00
Chef Panadero Pastelero y Repostero	420,00	5.040,00	561,96	50,40	420,00	292,00	210,00	420,00	6.994,36
Ayudante de Cocina	330,00	3.960,00	441,54	39,60	330,00	292,00	165,00	330,00	5.558,14
Despachador	264,00	3.168,00	353,23	31,68	264,00	292,00	132,00	264,00	4.504,91
<b>TOTAL</b>	<b>1.514,00</b>	<b>18.168,00</b>	<b>2.025,73</b>	<b>181,68</b>	<b>1.514,00</b>	<b>1.168,00</b>	<b>757,00</b>	<b>1.514,00</b>	<b>25.328,41</b>

Diseño. Freire, J. (2011)

**Tabla Nº 92. Gastos Salariales Administrativos**

<b>GASTOS SALARIALES ANUALES ADMINISTRACION</b>									
<b>CARGO</b>	<b>SUELDO NOMINAL MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>	<b>APOORTE PATRONAL 11,15%</b>	<b>IECE Y SECAP 1%</b>	<b>DECIMO TERCERO</b>	<b>DECIMO CUARTO</b>	<b>VACACIONES</b>	<b>FONDO DE RESERVA</b>	<b>TOTAL GASTOS ROL</b>
Administrador	500,00	6.000,00	669,00	60,00	500,00	292,00	250,00	500,00	8.271,00
<b>TOTAL</b>	<b>500,00</b>	<b>6.000,00</b>	<b>669,00</b>	<b>60,00</b>	<b>500,00</b>	<b>292,00</b>	<b>250,00</b>	<b>500,00</b>	<b>8.271,00</b>

**Fuente.** Trabajo de Campo

Diseño. **Freire, J. (2011)**

**Tabla Nº 93. Gastos Salariales de Ventas**

<b>GASTOS SALARIALES ANUALES DE VENTA</b>									
<b>CARGO</b>	<b>SUELDO NOMINAL MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>	<b>APOORTE PATRONAL 11,15%</b>	<b>IECE Y SECAP 1%</b>	<b>DECIMO TERCERO</b>	<b>DECIMO CUARTO</b>	<b>VACACIONES</b>	<b>FONDO DE RESERVA</b>	<b>TOTAL GASTOS ROL</b>
Despachador	264,00	3.168,00	353,23	31,68	264,00	292,00	132,00	264,00	4.504,91
<b>TOTAL</b>	<b>264,00</b>	<b>3.168,00</b>	<b>353,23</b>	<b>31,68</b>	<b>264,00</b>	<b>292,00</b>	<b>132,00</b>	<b>264,00</b>	<b>4.504,91</b>

Fuente. Trabajo de Campo

Diseño. Freire, J. (2011)


Tabla Nº 94. Gastos Salariales de Producción

Fuente. Trabajo de Campo

COSTOS SALARIALES PRODUCCION									
CARGO	SUELDO NOMINAL MENSUAL	ANUAL	APORTE PATRONAL 11,15%	IECE Y SECAP 1%	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	TOTAL GASTOS ROL
Chef Panadero Pastelero y Repostero	420,00	5.040,00	561,96	50,40	420,00	292,00	210,00	420,00	6.994,36
Ayudante de Cocina	330,00	3.960,00	441,54	39,60	330,00	292,00	165,00	330,00	5.558,14
<b>TOTAL</b>	<b>750,00</b>	<b>9.000,00</b>	<b>1.003,50</b>	<b>90,00</b>	<b>750,00</b>	<b>584,00</b>	<b>375,00</b>	<b>750,00</b>	<b>12.552,50</b>

Diseño. Freire, J. (2011)

Tabla N° 95. Amortización del préstamo

 <b>CUADRO DE AMORTIZACIÓN DE PRÉSTAMOS</b>					
importe	20.000		<b>PAGOS TOTALES</b> PRINCIPAL 20.000,00 INTERESES 4.400,00 COMISIÓN 0,00 <hr/> TOTAL 24.400,00		
años	5				
comisión de apertura	0,00%				
interés nominal	8,00%				
periodo de pago	2				
tipo amortización	2				
cuotas constantes					
coste efectivo 8,16%			<a href="http://www.economia-excel.com">www.economia-excel.com</a>		
semestre	cuota	intereses	amortización	amortizado	pendiente
0					20.000,00
1	2.800,00	800,00	2000,00	2.000,00	18.000,00
2	2.720,00	720,00	2000,00	4.000,00	16.000,00
3	2.640,00	640,00	2000,00	6.000,00	14.000,00
4	2.560,00	560,00	2000,00	8.000,00	12.000,00
5	2.480,00	480,00	2000,00	10.000,00	10.000,00
6	2.400,00	400,00	2000,00	12.000,00	8.000,00
7	2.320,00	320,00	2000,00	14.000,00	6.000,00
8	2.240,00	240,00	2000,00	16.000,00	4.000,00
9	2.160,00	160,00	2000,00	18.000,00	2.000,00
10	2.080,00	80,00	2000,00	20.000,00	0,00

Fuente. Trabajo de Campo

Diseño. Freire, J. (2011)

El presente proyecto tendrá como crédito una cantidad de \$20.000 dólares, valor que está avaluada en la compra del inmueble para la panadería, pastelería y repostería. Las condiciones de crédito están dadas a un interés nominal del 8%, para 5 años cuyo periodo de paga anual en 10 periodos, con los cuales se determina la amortización de la deuda en la siguiente tabla.

## Costos de Capital

El aporte inicial del inversionista es de \$35.000,00 dólares los cuales \$15.000,00 son propios y los \$20.000,00 son de un crédito bancario.

**Tabla N° 96. Costos de Capital**

FUENTE	CAPITAL DE TRABAJO INVERSION	%	INVERSION FIJA		TOTAL
			INVERSION	%	
Aporte Gerente Propietario	15.000,00	100%	15.000,00	0%	15.000,00
Préstamo	-	0%	20.000,00	100%	20.000,00
<b>Total</b>	<b>15.000,00</b>	<b>100%</b>	<b>35.000,00</b>	<b>100%</b>	<b>35.000,00</b>

**Fuente.** Trabajo de Campo

Diseño. **Freire, J. (2011)**

## Costos de Producción

Los costos de producción se tomaron por los dos productos que oferta la empresa; es decir panes y postres, como los dos productos no tienen el mismo costo de venta se tomó de forma individual y se estableció un valor medio. El porcentaje de ganancia se lo obtiene por la cantidad producida.

**Tabla Nº 97. Costos de Producción**

COSTO DE PRODUCCION							
DETALLE PRODUCCION	UNIDADES	KG HARINA DESTINADOS	COSTO PRODUCIDO UNITARIO	TOTAL UNIDADES ELABORADAS DIARIAS (1KG)	VALOR TOTAL DE 89 KG DIARIOS	DIAS TRABAJABLES ANUALES	TOTAL ANUAL
1 kg de harina rinde 44 porciones de pan	44,00	70,00	0,13	5,72	400,40	358,00	143.343,20
1 Kg de harina rinde 20 postres	20,00	19,00	0,60	12,00	228,00	358,00	81.624,00
<b>COSTO DE PRODUCCION</b>		<b>89,00</b>	<b>0,73</b>				<b>224.967,20</b>

Fuente. Trabajo de Campo

Diseño. Freire, J. (2011)



**Tabla Nº 98. Proyección de Ventas**

TOTAL VENTAS ANUALES PROYECTADAS						
DETALLE DE PRODUCTOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	TOTAL VENDIDO 5 PERIODOS
PANES	176.422,40	194.064,64	213.471,10	234.818,21	258.300,04	1.077.076,39
POSTRES	121.075,60	133.183,16	146.501,48	161.151,62	177.266,79	739.178,65
<b>VENTAS PROYECTADAS</b>	<b>297.498,00</b>	<b>327.247,80</b>	<b>359.972,58</b>	<b>395.969,84</b>	<b>435.566,82</b>	

Fuente. Trabajo de Campo

Diseño. Freire, J. (2011)

**Tabla Nº 99. Proyección de Costos**

TOTAL COSTO DE PRODUCCION ANUALES PROYECTADAS						
DETALLE DE PRODUCTOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	TOTAL VENDIDO 5 PERIODOS
PANES	143.343,20	157.677,52	173.445,27	190.789,80	209.868,78	875.124,57
POSTRES	81.624,00	89.786,40	98.765,04	108.641,54	119.505,70	498.322,68
<b>COSTOS PROYECTADAS</b>	<b>224.967,20</b>	<b>247.463,92</b>	<b>272.210,31</b>	<b>299.431,34</b>	<b>329.374,48</b>	

Fuente. Trabajo de Campo

Diseño. Freire, J. (2011)

## **Capital de trabajo**

La inversión en Capital de Trabajo es la que nos mostrara cuánto dinero necesitamos para que el negocio funcione y se produzca un giro de efectivo que le permita mantenerse el tiempo establecido.

Nos mostrará la cuantificación de la materia prima, mano de obra, costos indirectos de fabricación, gastos administrativos, gastos de venta y gastos financieros.

**Tabla Nº 100. Capital de Trabajo**

<b>CAPITAL DE TRABAJO ANUAL</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>	<b>TOTAL ANUAL</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>			<b>15.000,00</b>
Capital de Trabajo	1.083,33	13.000,00	
Caja	166,67	2.000,00	
<b>MATERIAL DIRECTO</b>			<b>224.967,20</b>
Materia prima	18.747,27	224.967,20	
<b>MANO DE OBRA</b>			<b>6.994,36</b>
Mano de obra directa	582,86	6.994,36	
<b>COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION</b>			<b>8.986,26</b>
Mano de Obra Indirecta	463,18	5.558,14	
Materiales (gas)	120,00	1.440,00	
Gorros desechables	30,83	370,00	
Mascarillas	3,15	37,80	
Guantes	8,33	100,00	
Depreciación	112,81	1.353,77	
Amortización	10,55	126,55	
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	-		<b>9.131,97</b>
Sueldos y Salarios	689,25	8.271,00	
Suministros de Oficina	16,75	200,97	
Servicios Básicos	55,00	660,00	
<b>GASTOS DE VENTA</b>	-		<b>8.064,91</b>
Sueldos y Salarios	375,41	4.504,91	
Publicidad y promoción	296,67	3.560,00	
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>	-		<b>1.520,00</b>
Intereses	126,67	1.520,00	

**Fuente.** Trabajo de Campo

Diseño. **Freire, J. (2011)**

## Cuenta de Resultados

Se indica el estado de pérdidas o ganancias llamado también estado de resultados para los siguientes 5 años de duración del proyecto.

**Tabla Nº 101. Estado de Resultados**

ESTADO DE RESULTADOS					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS NETAS	297.498,00	327.247,80	359.972,58	395.969,84	435.566,82
(-) COSTOS DE PRODUCCION	224.967,20	247.463,92	272.210,31	299.431,34	329.374,48
<b>(=) UTILIDAD BRUTA</b>	<b>72.530,80</b>	<b>79.783,88</b>	<b>87.762,27</b>	<b>96.538,49</b>	<b>106.192,34</b>
(-) Gastos de Administración	9.131,97	9.862,53	10.651,53	11.503,65	12.423,94
(-)Gasto de Venta	8.064,91	8.710,10	9.406,91	10.159,47	10.972,22
(-) Gasto Financiero	1.520,00	1.200,00	880,00	560,00	240,00
<b>(=) Utilidad antes del reparto</b>	<b>53.813,92</b>	<b>60.011,25</b>	<b>66.823,82</b>	<b>74.315,38</b>	<b>82.556,18</b>
(-) 15% DE IMPUESTO A LA RENTA	8.072,09	9.001,69	10.023,57	11.147,31	12.383,43
<b>(=) Utilidad antes del impuesto</b>	<b>45.741,83</b>	<b>51.009,56</b>	<b>56.800,25</b>	<b>63.168,07</b>	<b>70.172,75</b>
(-) 25% DE IMPUESTO A LA RENTA	11.435,46	12.752,39	14.200,06	15.792,02	17.543,19
<b>(=) UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>	<b>34.306,37</b>	<b>38.257,17</b>	<b>42.600,19</b>	<b>47.376,05</b>	<b>52.629,56</b>

Fuente. Trabajo de Campo

Diseño. Freire, J. (2011)

## **Viabilidad Financiera**

Para realizar los cálculos de la viabilidad financiera tenemos que desarrollar el flujo de efectivo que nos permitirá tener una visión clara del movimiento de dinero real que tendrá el proyecto durante los primeros años.

**Tabla Nº 102. Viabilidad Financiera**

<b>VIABILIDAD FINANCIERA</b>							
<b>FLUJO DE EFECTIVO</b>							
<b>RUBRO</b>	<b>AÑO</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Ventas Netas			297.498,00	327.247,80	359.972,58	395.969,84	435.566,82
(+) Valor de Salvamento							63.375,55
(-) Costo de Producción			224.967,20	247.463,92	272.210,31	299.431,34	329.374,48
<b>(=) Utilidad Bruta</b>			<b>72.530,80</b>	<b>79.783,88</b>	<b>87.762,27</b>	<b>96.538,49</b>	<b>169.567,90</b>
(-) Gasto de Administración			9.131,97	9.862,53	10.651,53	11.503,65	12.423,94
(-) Gasto de Venta			8.064,91	8.710,10	9.406,91	10.159,47	10.972,22
(-) Gasto Financiero			1.520,00	1.200,00	880,00	560,00	240,00
<b>Utilidad Antes de Reparto Trabajadores</b>			<b>53.813,92</b>	<b>60.011,25</b>	<b>66.823,82</b>	<b>74.315,38</b>	<b>145.931,73</b>
(-) 15% Trabajadores			8.072,09	9.001,69	10.023,57	11.147,31	12.383,43
<b>Utilidad Antes de Impuesto a la Renta</b>			<b>45.741,83</b>	<b>51.009,56</b>	<b>56.800,25</b>	<b>63.168,07</b>	<b>133.548,30</b>
(-) Impuesto a la Renta			11.435,46	12.752,39	14.200,06	15.792,02	17.543,19
<b>Utilidad del Ejercicio</b>			<b>34.306,37</b>	<b>38.257,17</b>	<b>42.600,19</b>	<b>47.376,05</b>	<b>116.005,12</b>
(+) Depreciaciones			5.397,56	5.397,56	5.397,56	5.175,11	5.175,11
(+) Amortizaciones			126,55	126,55	126,55	126,55	126,55
Inversiones							
Fija		(89.918,46)					
Intangible		(632,74)					
Capital de Trabajo		(15.000,00)					
(+) Recuperación de Capital de Trabajo							15.000,00
<b>Flujo Neto del Efectivo</b>		<b>(105.551,20)</b>	<b>39.830,48</b>	<b>43.781,28</b>	<b>48.124,30</b>	<b>52.677,71</b>	<b>136.306,77</b>

**Fuente.** Trabajo de Campo

**Diseño.** Freire, J. (2011)

## **Estado de Situación Final**

El Estado de Situación Final o Estado Financiero es el que se realiza al final del año en el cual se puede observar los resultados, activos de la empresa que tenemos a nuestro favor, el pasivo a largo y corto plazo, donde encontraremos las deudas en contra de la empresa y el patrimonio donde se reflejan las utilidades del primer año.

**Tabla Nº 103. Estado de Situación Final**

EMPRESA DULCE AROMA FRANCES				
ESTADO DE SITUACION INICIAL				
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2,012				
<b>ACTIVO</b>				<b>PASIVO</b>
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>			<b>77.712,02</b>	<b>PASIVO CORRIENTE</b>
Caja – Bancos	77.712,02			15% TRABAJADORES
<b>ACTIVOS REALIZADOS</b>			<b>887,80</b>	25% IMPUESTO RENTA
Menaje y Vajilla	750,58			
Inventarios	137,22			<b>PASIVO LARGO PLAZO</b>
				PRETAMOS POR PAGAR
<b>ACTIVOS FIJOS</b>			<b>84.520,90</b>	18.000,00
Muebles y Enseres	649,65	584,69		<b>TOTAL PASIVO</b>
(-) Dep.Acumulada de Muebles y Enseres	<u>64,97</u>			<b>37.507,55</b>
Maquinaria y Equipo de Panadería	13.537,71	12.183,94		<b>PATRIMONIO</b>
(-) Dep. Acumulada de Equipo de Panadería	<u>1.353,77</u>			CAPITAL
Equipo de Oficina	63,75	57,38		87.302,18
(-) Dep. Acumulada de Equipo de Oficina	<u>6,38</u>			DEPRECIACIONES ACUMULADAS
Equipo de Cómputo	667,35	444,90		5.397,56
(-) Dep. Acumulada de Equipo de Computo	<u>222,45</u>			AMORTIZACIONES ACUMULADAS
Edificios	75.000,00	71.250,00		126,55
(-) Dep. Acumulada de Edificio	<u>3.750,00</u>			UTILIDAD DEL EJERCICIO
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>			<b>506,19</b>	34.306,37
Gastos de Constitución	236,94	189,55		<b>TOTAL PATRIMONIO</b>
(-) Amortización Constitución	<u>47,39</u>			<b>127.132,66</b>
Gastos de Investigación y Desarrollo	395,80	316,64		
(-) Amortización Investigación	<u>79,16</u>			
<b>OTROS ACTIVOS</b>			<b>1.013,30</b>	
Otros	1.013,30			
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>			<b>164.640,21</b>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>
				<b>164.640,21</b>

Fuente. Trabajo de Campo

Diseño. Freire, J. (2011)



## Ratios Económicos

Tabla Nº 104. Ratios Económicos

RATIOS ECONOMICOS				
RENTABILIDAD ECONOMICA DEL PROYECTO	UTILIDAD BRUTA	72.530,80	=	44,05%
	ACTIVO TOTAL	164.640,21		
RENTABILIDAD FINANCIERA DEL PROYECTO	UTILIDAD NETA	34.306,37	=	28,21%
	PATRIMONIO	121.608,55		
RENTABILIDAD SOBRE VENTAS	UTILIDAD BRUTA	72.530,80	=	24,38%
	VENTAS	297.498,00		

Fuente. Trabajo de Campo

Diseño. Freire, J. (2011)

Como se puede observar el índice de Rentabilidad económica es del 40,05% por lo tanto es viable.

También se observa el Índice de Rentabilidad del Proyecto 28,21% y está dentro del rango aceptable para este tipo de proyectos.

El Índice de Rentabilidad sobre las Ventas es uno de los principales indicadores que permite tener una clara visión de que se justifica el proyecto como viable con un 24,38%.

### Ratio Financiero

**Tabla N° 105. Ratios Financieros**

RATIOS FINANCIEROS			
INDICE DE SOLVENCIA	<u>ACTIVO CORRIENTE</u>	<u>77.712,02</u>	= 310,45%
	PASIVO A CORTO PLAZO	25.031,65	

**Fuente.** Trabajo de Campo

Diseño. **Freire, J. (2011)**

El Índice de Solvencia para este proyecto es de 310,45% lo que indica que se tiene una gran capacidad para cubrir las deudas a corto plazo.

## Ratios Operativos

Tabla N° 106. Ratios Operativos

RATIOS OPERATIVOS			
INDICE DE ENDEUDAMIENTO	PASIVO TOTAL	43.031,65	= 35,39%
	PATRIMONIO	121.608,55	

**Fuente.** Trabajo de Campo

Diseño. **Freire, J. (2011)**

Este indicador muestra que si bien muestra el proyecto tiene buenas condiciones económicas como financieras pero lo que está a favor de la empresa le deuda no es demasiado alta y esto permitirá que la empresa se expanda en forma inmediata.

## Valor Actual Neto

Es el valor presente de todos los ingresos desde el primer año hasta el año que está proyectado, es decir hasta el quinto año disminuida la inversión.

Tabla N° 107. Calculo del VAN y TIR.

CÁLCULO DEL VAN Y TIR CON EXCEL		
	<i>Período</i>	<i>Flujo de Fondos</i>
Desembolso	0	(105.551,20)
Cash Flows	1	39.830,48
	2	43.781,28
	3	48.124,30
	4	52.677,71
	5	136.306,77

Fuente. Trabajo de Campo

Diseño. Freire, J. (2011)

Tabla N° 108. Tasa Interna de Retorno y Valor Actual Neto.

TIR	0,4085	40,85%
VAN	123.613,07	

Fuente. Trabajo de Campo

Diseño. Freire, J. (2011)

La TIR (Tasa Interna Retorno), es del 40,85%, e indica que corresponde a la rentabilidad que obtendrá el inversionista y al ser mayor que la pasiva el proyecto es rentable.

El VAN (Valor Actual Neto), es de \$ 123.613,07 por lo tanto mayor a cero, implica que el proyecto es viable para su realización.

### Relación Beneficio/Costo

Para determinar la relación Beneficio/Costo se han determinado los ingresos y egresos actualizados.

**Tabla N° 109. Relación Beneficio/Costo**

<b>RELACION BENEFICIO COSTO</b>	
SUMATORIA DE INGRESOS ACTUALIZADOS	229.164,27
SUMATORIA DE EGRESOS ACTUALIZADOS	105.551,20
RELACION B/C = SUMATORIA DE INGRESOS ACTUALIZADOS / SUMATORIA DE EGRESOS ACTUALIZADOS	
RELACION B/C = 229.164,27 / 105.551,20	
<b>RELACION B/C =</b>	<b>2,17</b>

**Fuente.** Trabajo de Campo

Diseño. **Freire, J. (2011)**

La relación Beneficio – Costo es de 2,17; al ser mayor a la unidad, es viable el proyecto.

## **Punto de Equilibrio**

Como primer paso para determinar el Punto de Equilibrio es realizar Primero el Estado de Costos separados en Costos Fijos y Costos Variables.

**Tabla Nº 110. Estado de Costos Fijos y Variables**

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>FIJO</b>	<b>VARIABLE</b>	<b>TOTAL ANUAL</b>
<b>COSTO DE PRODUCCION</b>			<b>240.947,82</b>
<b>MATERIAL DIRECTO</b>			
Materia prima		224.967,20	
<b>MANO DE OBRA</b>			
Mano de obra directa	6.994,36		
<b>COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION</b>			
Mano de Obra Indirecta		5.558,14	
Materiales (gas)		1.440,00	
Gorros desechables		370,00	
Mascarillas		37,80	
Guantes		100,00	
Depreciación	1.353,77		
Amortización	126,55		
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	-		<b>9.131,97</b>
Sueldos y Salarios	8.271,00		
Suministros de Oficina		200,97	
Servicios Básicos		660,00	
<b>GASTOS DE VENTA</b>	-		<b>8.064,91</b>
Sueldos y Salarios	4.504,91		
Publicidad y promoción		3.560,00	
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>	-		<b>1.520,00</b>
Intereses	1.520,00		
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>22.770,59</b>	<b>236.894,11</b>	<b>259.664,70</b>

**Fuente.** Trabajo de Campo

Diseño. **Freire, J. (2011)**

## Tabla N° 111. Punto de Equilibrio

Fuente. Trabajo de Campo

PUNTO DE EQUILIBRIO	=	$\frac{\text{COSTOS FIJOS TOTALES}}{\text{PRECIO DE VENTA - COSTO VARIABLE UNITARIO}}$	
PUNTO DE EQUILIBRIO	=	$\frac{22.770,59}{0,43}$	
		52.954,86	UNIDADES EQUILIBRIO

Diseño. Freire, J. (2011)

El punto de equilibrio anual es \$ 52.954,86 unidades, lo que quiere decir que después de vender ese número de unidades se habrán cubierto los costos fijos y el margen de contribución en su totalidad, es decir, 0,43 centavos por las unidades restantes serán nuestra ganancia.

**Nota.-** cabe recalcar que por ser dos productos ofertados por nuestra empresa se tomó un valor medio para tomar el punto de equilibrio.

## Periodo de Recuperación de la Inversión



**Tabla N° 112. Periodo de Recuperación de la Inversión**

PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION		
PERIODOS	FLUJOS	PRI
0	(105.551,20)	(105.551,20)
1	39.830,48	(65.720,72)
2	43.781,28	(21.939,44)
3	48.124,30	26.184,86
4	52.677,71	78.862,57
5	136.306,77	215.169,35

**Fuente.** Trabajo de Campo

Diseño. **Freire, J. (2011)**

Como se puede apreciar la inversión para el proyecto se recupera en los tres primeros años; por lo tanto el proyecto es factible.

**f. ASPECTOS AMBIENTALES**

## **i. Impacto Ambiental del Proyecto**

Como impacto ambiental se lo denomina a los efectos contiguos que pueden causar daño al medio ambiente en sus distintos aspectos conforme a la realización del proyecto.

Desde la industrialización de los países, pocas son las actividades que se han tomado para no causar daño al medio ambiente provocando un daño social en el peor de los casos irremediable; mirando toda la realidad que atraviesa nuestro planeta en estos momentos es hora que hagamos conciencia frente a los distintos problemas que causan las actividades, productos o servicios. Los más críticos son el agotamiento de diferentes recursos naturales que han tenido que pasar cientos de miles de años para que se formen.

Algunos de los principales problemas ambientales se originan en el momento del proceso de producción de los productos ya sean por haberlos planificado de una manera errónea o simplemente no haberlos tomado en cuenta para la realización del proyecto.

Después de un riguroso análisis que se realizó de este proyecto en la ciudad de Baños de Agua Santa, no existe mayor impacto ambiental pues no se raizara ninguna construcción en el sector pues ya existe una y solo se va a montar la empresa.

Ya al momento de iniciadas las actividades; todos los desperdicios orgánicos, papel y vidrio se pondrán en tachos separados minimizando de una manera gigantesca el impacto ambiental.

## ii. Acciones Remediales

El trabajo actual está poniendo al descubierto los límites que tiene la naturaleza y que pueden repercutir en nuestro futuro.

**Gráfico N° 29. Acciones remediables.**



**Fuente.** Internet. Ugtaragon.es Buenas Prácticas Medioambientales en la Empresa.

**Diseño.** Departamento de Medio Ambiente de la Diputación General de Aragón Convenio Marco de colaboración 2004.

Como se puede observar en el grafico las buena prácticas, conjuntamente en una buena sincronización tenemos factores que nos van a ayudar a llevar una buena organización en nuestra empresa manteniendo una mejor calidad de vida con los recurso sostenibles los cuales van a servir para las futuras generaciones.

En este tipo de proyectos de producción y venta, algunas de las formas de reducir el impacto ambiental es adquiriendo maquinarias y equipos nuevos que no produzcan mayor contaminación es una fuerte inversión al principio pero los resultados se los puede observar a largo plazo; otra de las formas es reduciendo, reciclando y reutilizando: es decir aplicar la regla de las tres R.

**REDUCIR.**- Evitar comprar todo aquello que de una u otra forma genera desperdicios innecesarios. Este concepto puede que sea el mas importante de todos pues si partimos reduciendo o evitando que se genere basura innecesaria y utilizando los productos correctamente podremos evadir una gran cantidad de problemas medio ambientales.

**REUTILIZAR.**-Empleando repetidamente o de diversas formas distintos productos consumibles.

No debe descartarse aquello que puede ser usado otra vez ya que cuantos más objetos reutilicemos, menos basura produciremos y menos recursos agotables tendremos que "gastar".

Utilizar productos retornables como envases para gaseosas, cervezas etc.

**RECICLAR.**- Si no se puede reducir el consumo de algo en particular, ni tampoco reutilizar, entonces, al comprarlo, se debe tener en cuenta siempre ese producto puede reciclarse. Utilizando los residuos como materia prima para la elaboración de un producto que puede ser igual o distinto al inicial.

Algunos de ellos que podemos reciclar son vidrio, papel y cartón, metales, plásticos, etc.

Medidas a Aplicarse.

Las acciones que serán tomadas en cuenta a aplicarse para minimizar el impacto ambiental son las siguientes:

- Controlar el consumo de agua utilizando adecuadamente al momento de producción, limpieza de utensilio y equipos de panadería y también cuando se realicen las limpiezas profundas mensuales.
- Reducir el consumo de luz la misma que es tomada en cuenta mediante la adquisición de equipos de panadería nuevos, focos ahorradores de energía y solo se encenderán si es necesario.
- Reducir el consumo de gas con la adquisición de equipos nuevos garantiza un tiempo de cocción determinado para cada uno de los productos elaborados.

## **IX. CONCLUSIONES**

1. El estudio de mercado arrojó un 73,57% de aceptación, para la creación de una nueva empresa que se dedica a la producción y venta de panes, pasteles y postres.
2. Los estudios técnicos realizados, reflejaron que existe la factibilidad de realizar el proyecto, así como las instalaciones, recursos humanos y las facilidades legales para un normal desenvolvimiento.
3. Las estrategias de marketing no son tan complejas, lo cual facilita que la atención del consumidor se centre en la nueva empresa.
4. El requerimiento para la selección del talento humano, se ha desarrollado, de tal manera que no será difícil encontrar personas que cumplan con los requisitos.
5. Por la forma jurídica elegida para el proyecto, unipersonal, no dificulta el manejo de esta, así como los aspectos legales, esto significa un gran ahorro al momento de la constitución de la empresa.
6. En el análisis económico financiero las herramientas utilizadas para determinar la viabilidad financiera proyectaron resultados positivos con una TIR (Tasa Interna de Retorno) de 40,85%, un VAN (Valor Actual Neto) de \$ 123.613,07 y una relación beneficio/costo de 2,17.
7. El impacto ambiental que provoca el proyecto no es significativo porque se encontrara en el sector urbano.

## X. **RECOMENDACIONES**

- Se puede observar que existe la aceptación del mercado en un gran porcentaje; lo que nos refleja, que al existir ventas programadas indica la ejecución del proyecto.
- Es recomendable dentro de los aspectos técnicos, utilizar equipos de panadería que sean de larga duración los mismos que nos garantizarán la mejor calidad en el producto terminado.
- Se deben poner en práctica estrategias de mercado que capten la atención del consumidor, cumplir con sus expectativas y de esta manera satisfacer sus necesidades.
- Para el impacto ambiental es recomendable tomar en cuenta las acciones remediables, de esta manera minimizar el impacto ambiental.
- Como el estudio financiero en todos sus análisis resultaron positivos se recomienda implementar el proyecto.

## XI. BIBLIOGRAFÍA

PAN

<http://es.wikipedia.org/wiki/Pan>

01/06/2011

PASTELERIA Y REPOSTERIA

<http://es.wikipedia.org/wiki/Reposter%C3%ADa>

08/06/2011

EMPRENDIMIENTO

<http://uldeantonionarino.com/index.php?option=com>

15/06/2011

EMPRENDIMIENTO (CONCEPTO)

<http://es.wikipedia.org/wiki/Emprendedor>

15/06/2011

MARKETING PLAN

<http://es.wikipedia.org/wiki/Marketing>

17/06/2011



MARKETING, CONCEPTO

<http://www.marketing-xxi.com/canales-de-distribucion-63.htm>

18/06/2011

MARKETING, ESTRATEGIA

<http://www.marketing-xxi.com/canales-de-distribucion-63.htm>

18/06/2011

CANALES DE DISTRIBUCIÓN

<http://www.marketing-xxi.com/canales-de-distribucion-63.htm>

18/06/2011

HARRAMIENTAS PROMOCIONALES

<http://www.google.com.ec/>

18/06/2011

RECURSOS HUMANOS

[http://es.wikipedia.org/wiki/Recursos\\_humanos](http://es.wikipedia.org/wiki/Recursos_humanos)

18/06/2011

ESTUDIO JURIDICO MERCANTIL

<http://gabycarrillo-derechomercantil.blogspot.com/>

18/06/2011

OTERO, J. Economía de la Empresa: Financiación. Madrid: Universidad Autónoma. 2007.

18/06/2011

CONCEPTOS DE OFERTA Y DEMANDA

<http://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/que-es-la-oferta-y-la-demanda>

23/11/2011

CAPITAL DE TRABAJO

<http://www.mitecnologico.com/Main/ConceptoImportanciaCapitalDeTrabajo>

01/11/2012

TAMAÑO OPTIMO

<http://www.slideshare.net/laciroc/4-tamao-ptimo>

<http://www.slideshare.net/juquenri/t4-tamano-y-localizacion>

03/12/2011

GASTRONOMIA

<http://es.wikipedia.org/wiki/Gastronom%C3%ADa>

03/12/2011

MAPA DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA

<http://www.viajandox.com/tungurahua.htm>

03/12/2011

MAPA DE LA CIUDAD DE BAÑOS DE AGUA SANTA

<http://banios-ecuador.blogspot.com/2008/06/mapa-de-la-ciudad.html>

03/12/2011

FORMA JURIDICA ELEGIDA PPARA EL PROYECTO

<http://www.ipyme.org/esES/CreacionEmpresas/FormasJuridicas/Paginas>

04/12/2011

SERVICIO

[http://es.wikipedia.org/wiki/Servicio\\_de\\_atenci%C3%B3n\\_al\\_cliente](http://es.wikipedia.org/wiki/Servicio_de_atenci%C3%B3n_al_cliente)

04/12/2011

DEFINICION DE MARCA

[http://www.elprisma.com/apuntes/mercadeo\\_y\\_publicidad/conceptodemarca/](http://www.elprisma.com/apuntes/mercadeo_y_publicidad/conceptodemarca/)

04/12/2011

LAS CUATRO "P"

<http://www.youtube.com/watch?v=tHhdL38UhRI>

04/12/2011

## ASPECTO ECONOMICO FINANCIERO

<http://www.forex.mx/blog/index.php/concepto-de-finanzas/>

06/12/2011

## PASTELERIA HISTORIA

<http://levapan.ejecom.com/site.php?content=185-la-pasteleria-su-origen>

<http://es.answers.yahoo.com/question/index?qid=20090120135709AAzDn2h>

21/01/2012

<http://es.wikipedia.org/wiki/Pan>

05/01/2012

<http://www.webusable.com/coloursMean.htm>

<http://techtastico.com/post/como-hacer-un-slogan/>

09/01/2012

## LAS TRES R

<http://reciclayuda.blogspot.com/2007/11/las-tres-r-reducir-reutilizar-y.html>

09/10/2012

## **XII. ANEXOS.**

### **Anexo 1.- Encuesta para el estudio de viabilidad de la nueva empresa, “El Dulce Aroma Francés”.**

**ENCUESTA**  
**ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE SALUD PÚBLICA**  
**ESCUELA DE GASTRONOMÍA**

Tenga usted un cordial y atento saludo de quien le entrega la presente, el motivo de esta encuesta es realizar un estudio de viabilidad para la creación de una nueva panadería, pastelería y repostería, en el Barrio la Unión, con la finalidad que cumpla con todos los requisitos sanitarios estrictos posibles y 100% de aporte nutricional en sus productos elaborados.

Solicitando que responda con la debida seriedad del caso, marcando con una X a cada una de las preguntas que se suscitan a continuación:

1. ¿Con que frecuencia acude a una panadería?
  - a. 1 vez al día. ( )
  - b. 2 veces al día. ( )
  - c. 4 veces por semana. ( )
  - d. 5 veces a la semana. ( )
  - e. Todos los días. ( )
  - f. Ninguno ( )
2. ¿Qué producto consume con mayor frecuencia?
  - a. Panes de sal. ( )
  - b. Panes de dulce. ( )
  - c. Empanadas. ( )
  - d. Postres varios. ( )
  - e. Tortas. ( )
  - f. Depende la ocasión. ( )
3. ¿Cuánto consume usted de los productos ante seleccionados?
  - a. Diariamente. ( )
  - b. Cada tres días. ( )

- c. Semanalmente. ( )
  - d. Depende la ocasión. ( )
  - e. Otros. ( )
4. ¿Hasta qué precio estaría dispuesto a pagar por un producto de alta calidad?
- A. PANES:
- a. De \$ 0.10 a 0.12 ( )
  - b. De \$ 0.13 a 0.15 ( )
  - c. De \$ 0.16 a 0.20 ( )
  - d. OTRO VALOR... ( )
- B. TORTAS:
- a. De \$ 2 a 4 ( )
  - b. De \$ 5 a 7 ( )
  - c. De \$ 8 a 10 ( )
  - d. De \$ 11 en adelante ( )
- C. POSTRES:
- a. De \$ 0.50 a 0.75 ( )
  - b. De \$ 0.75 a 1.00 ( )
  - c. De \$ 1.00 a 2.50 ( )
  - d. Más de \$ 2.50 ( )
5. ¿Qué tan exigente cree que debe ser el la atención al cliente, al momento del servicio?
- a. Excelente. ( )
  - b. Muy buena. ( )
  - c. Buena. ( )
  - d. Regular. ( )
  - e. Mala. ( )
6. ¿Si la economía del país varía sigue usted consumiendo estos productos?
- SI ( ) NO ( )
7. ¿Porque medio de comunicación se informa más?
- a. Radio ( )
  - b. Televisión ( )

- c. Periódicos varios ( )
  - d. Otros ( )
8. ¿Cuál es el tipo de publicidad que usted más le toma interés?
- a. Televisiva ( )
  - b. Radial ( )
  - c. Hojas volantes ( )
  - d. Otras formas de comunicación ( )
9. ¿De lunes a domingo en los horarios de atención a continuación mencionados, es de su preferencia?
- a. De 6 am a 6 pm. ( )
  - b. De 7 am a 7 pm. ( )
  - c. De 6 am a 8 pm. ( )
  - d. De 6 am a 7 pm. ( )
  - e. Otros. ( )
10. ¿Le da importancia a este nuevo proyecto planteado?
- a. Si ( )
  - b. no ( )

GRACIAS POR SU COLABORACION, TENGA UN BUEN DÍA.