



# GASTRONOMÍA

**Tesis previa la obtención del título de  
Licenciada de Gastronomía.**

**AUTOR:** Lizbeth Katerin Pozo Herrera

**TUTOR:** Mgtr. Pablo David Analuisa Pichucho

**“Plan de Negocios para la Creación de una Pastelería Boutique “Elegancia la de Francia, en el cantón Rumiñahui, de la ciudad de Sangolquí**

## **AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACION ELECTRONICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo, Lizbeth Katerin Pozo Herrera, declaro ser autor del Trabajo de Investigación con el nombre “Plan de Negocios para la Creación de una Pastelería Boutique Elegancia la de Francia, en el cantón Rumiñahui, de la ciudad de Sangolquí”, como requisito para optar al grado de Licenciada en Gastronomía y autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Internacional del Ecuador, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UIDE).

Los usuarios del RDI-UIDE podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Internacional del Ecuador no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Internacional del Ecuador, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Quito, a los 08 días del mes de julio de 2022, firmo conforme:

Autor: Lizbeth Katerin Pozo Herrera



Firma: .....

Número de Cédula: 0401584297

Dirección: Pichincha, Cantón Rumiñahui, Sangolquí, San Sebastián.

Correo Electrónico: lipozohe@uide.edu.ec

Teléfono: 0987978801

## APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PASTELERÍA BOUTIQUE ELEGANCIA LA DE FRANCIA EN EL CANTÓN RUMIÑAHUI, DE LA CIUDAD DE SANGOLQUÍ” presentado por Lizbeth Katerin Pozo Herrera, para optar por el Título Licenciada en Gastronomía.

### CERTIFICO

Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del Tribunal Examinador que se designe.

Quito, 08 de julio del 2022



Mgtr, Pablo David Analuisa Pichucho

## **DECLARACIÓN DE AUTENCIDAD**

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Licenciada de Administración Gastronómica son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor

Quito, 08 de julio 2022



Lizbeth Katerin Pozo Herrera

0401584297

## **APROBACIÓN TRIBUNAL**

El trabajo de Titulación ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema:  
**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PASTELERÍA BOUTIQUE ELEGANCIA LA DE FRANCIA EN EL CANTÓN RUMIÑAHUI, DE LA CIUDAD DE SANGOLQUÍ** previo a la obtención del Título de Licenciada en Gastronomía, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

Quito, 08 de julio 2022

.....

Nombres completos PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

.....

Nombres completos VOCAL

.....

Nombres completos VOCAL

## **DEDICATORIA**

Dedico este proyecto de tesis primeramente a Dios ya que gracias a él he logrado finalizar mi carrera con éxito, no fue fácil llegar hasta el punto de que me encuentro, pero quiero dedicar este proyecto a mis padres y profesores por ser esas personas llenas de sabiduría, inteligencia y paciencia que lograron guiarme en mi trayectoria como estudiante universitaria.

## **AGRADECIMIENTO**

Siempre estaré agradecida con Dios por enseñarme que en cada momento difícil o de felicidad, él estará conmigo hasta la eternidad y estoy agradecida con cada uno de los profesores por demostrar habilidades extraordinarias y únicas que son dignos de considerar como los mejores maestros.

## INDICE DE CONTENIDOS

<b>AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACION ELECTRONICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN .....</b>	<b>2</b>
<b>APROBACIÓN DEL TUTOR.....</b>	<b>3</b>
<b>DECLARACIÓN DE AUTENCIDAD .....</b>	<b>4</b>
<b>APROBACIÓN TRIBUNAL .....</b>	<b>5</b>
<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>6</b>
<b>AGRADECIMIENTO .....</b>	<b>7</b>
<b>UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR ESCUELA DE GASTRONOMÍA .....</b>	<b>14</b>
<b>UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR.....</b>	<b>15</b>
<b>LICENCIATURA EN GASTRONOMIA .....</b>	<b>15</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>16</b>
<b>IMPORTANCIA Y ACTUALIDAD.....</b>	<b>16</b>
<b>JUSTIFICACIÓN.....</b>	<b>18</b>
<b>PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....</b>	<b>18</b>
<b>OBJETIVOS .....</b>	<b>20</b>
<b>OBJETIVO GENERAL.....</b>	<b>20</b>
<b>OBJETIVO ESPECIFICO .....</b>	<b>20</b>
<b>DESARROLLO TEÓRICO DEL OBJETO DE CAMPO Y DE ESTUDIO.....</b>	<b>21</b>
<b>ORGANIZADOR LÓGICO DE VARIABLES .....</b>	<b>21</b>
<b>CAPITULO I.....</b>	<b>22</b>
<b>MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>22</b>
<b>HISTORIA DE LA PASTELERÍA .....</b>	<b>22</b>
<b>PASTELERÍA CLÁSICA.....</b>	<b>23</b>
<b>LA PASTELERÍA BOUTIQUE .....</b>	<b>25</b>
<b>LA EMPRESA.....</b>	<b>26</b>
<b>LA FUNCIÓN DE LA EMPRESA.....</b>	<b>26</b>
<b>FUNCIÓN DE DIRECCIÓN.....</b>	<b>27</b>
<b>FUNCIÓN PRODUCTIVA.....</b>	<b>27</b>
<b>FUNCIÓN FINANCIERA.....</b>	<b>28</b>
<b>GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS.....</b>	<b>28</b>

FUNCIÓN COMERCIAL .....	28
FUNCIÓN ADMINISTRATIVA .....	28
LA DIVISIÓN DE LAS EMPRESAS, DEPENDIENDO DEL TIPO DE EMPLEADOS .....	28
VISION .....	29
MISIÓN.....	29
PLAN DE NEGOCIOS .....	29
FINALIDAD.....	30
LAS CARACTERÍSTICAS DE UN PLAN DE NEGOCIO .....	30
PLANEACIÓN ESTRATÉGICA.....	30
LA UTILIZACIÓN DEL FODA PARA UN NEGOCIO.....	31
ESTUDIO DEL ÁREA INTERNA.....	31
ESTUDIO DEL ÁREA EXTERNA.....	31
MARKETING.....	32
CONOCIMIENTOS GENERALES DE LA ADMINISTRACIÓN DE GESTIÓN DE HENRI FAYOL .....	32
LAS 5 FUERZAS DE PORTER .....	32
MANUAL DE PROCESOS DE HIGIENE Y MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS.....	33
<b>CAPÍTULO 2 .....</b>	<b>34</b>
<b>DISEÑO METODOLÓGICO .....</b>	<b>34</b>
PARADIGMA Y TIPO DE INVESTIGACIÓN .....	34
LOS TIPOS DE PARADIGMAS GASTRONÓMICOS.....	34
PRIMERO PARADIGMA GASTRONÓMICO: LA METAMORFOSIS DE MARIE ANTOINE CAREME (PARADIGMA DE MÁS DE 70 AÑO).....	35
LOS TIPOS Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN .....	35
MÉTODOS Y HERRAMIENTAS DE INVESTIGACIÓN.....	36
INVESTIGACIÓN DE MERCADO .....	36
ESTADO ACTUAL DEL MERCADO.....	36
SEGMENTO DE MERCADO .....	36
POBLACIÓN Y MUESTRA .....	37
LA ENCUESTA .....	38
<b>CAPITULO 3 .....</b>	<b>47</b>
<b>INFRAESTRUCTURA Y SERVICIO .....</b>	<b>47</b>
INFRAESTRUCTURA Y DISEÑO .....	47
RECEPCIÓN DE PASTELERÍA.....	48
CUALIDADES DE CONSTRUCCIÓN.....	49
LAS BUENAS PRÁCTICAS DE MANUFACTURA .....	49
DISEÑO Y FABRICACIÓN.....	50
DESCRIPCIÓN DE PAREDES, PISOS DEL NEGOCIO .....	50
DESCRIPCIÓN DE LAS VENTANAS, PUERTAS Y ENTRE OTROS ELEMENTOS .....	50

DESCRIPCIÓN DE INSTALACIONES ELÉCTRICAS Y AGUA .....	50
DESCRIPCIÓN DE LA ILUMINACIÓN EN EL ÁREA DE TRABAJO.....	51
DESCRIPCIÓN DE LA INSTALACIÓN DEL AIRE ARTIFICIAL O NATURAL .....	51
DESCRIPCIÓN DEL CONTROL Y SUPERVISIÓN DE LA TEMPERATURA Y HUMEDAD.....	51
DESCRIPCIÓN DE LAS ZONAS SANITARIAS .....	51
DESCRIPCIÓN DE LOS UTENSILIOS DE TRABAJO .....	52
EL ACTA DE REGISTRO DE BPM .....	52
MAQUINARIA DE LA PASTELERÍA.....	52
DISEÑO DEL LOGO .....	54
DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO.....	55
MISIÓN .....	55
VISIÓN .....	55
LEY ORGÁNICA DE LA SALUD .....	56
LEY ORGÁNICA DEL CONSUMIDOR .....	57
PRODUCTOS .....	57
MENÚ DE TORTAS.....	57
TORTA N°1: MI DULCE CHOCOLATE CON FRUTOS SECOS .....	57
TORTA N°2: BRAZO GITANO LA COMBINACIÓN DE LOS COLORES .....	58
TORTA N°3: LA SERENIDAD DE MI PASTEL.....	58
TORTA N°4: MY GOLD CAKE.....	59
<b>CAPITULO 4 .....</b>	<b>64</b>
<b>FINANCIERO.....</b>	<b>64</b>
LA PARTE FINANCIERA DE LOS NEGOCIOS .....	64
LOS DIFERENTES GRUPOS FINANCIEROS .....	64
ASESORÍA Y OBSERVACIÓN DE FONDOS .....	64
ORGANIZACIÓN Y ESTRATEGIAS FINANCIEROS .....	64
SUELDOS PARA EL PERSONAL .....	65
LA SUPERVISIÓN DE LA DIFICULTA FINANCIERA .....	65
REMODELACIÓN DEL LOCAL .....	66
EMPAQUES BIODEGRADABLES.....	68
BIENES MUEBLES .....	68
EQUIPOS DE OFICINA .....	69
MOTO PARA DELIVERY .....	69
FINANCIACIÓN DE LOS ACTIVOS FIJOS.....	70
PRESUPUESTO DE INTANGIBLE .....	70
<b>PRESUPUESTO DE GASTOS ADMINISTRATIVOS.....</b>	<b>72</b>
PROYECCIÓN DEL BALANCE DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.....	73
ROL DE PAGOS.....	74
FINANCIAMIENTO .....	75
EL TIR TASA INTERNA DE RETORNO.....	75
<b>CAPITULO 5 .....</b>	<b>76</b>

<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>76</b>
<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>76</b>
<b>CAPITULO 6 .....</b>	<b>77</b>
<b>BIBLIOGRAFIA.....</b>	<b>77</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>80</b>
<b>ANEXOS DEL MANUAL DE ESTILO.....</b>	<b>82</b>

## INDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1 Maquinaria</b> .....	52
<b>Tabla 2 Costos del arriendo</b> .....	65
<b>Tabla 3 Costos de la remodelación</b> .....	66
<b>Tabla 4 Maquinaria</b> .....	66
<b>Tabla 5 Costos de empaque</b> .....	68
<b>Tabla 6 Bienes Muebles</b> .....	69
<b>Tabla 7 Equipos de oficina</b> .....	69
<b>Tabla 8 Moto</b> .....	70
<b>Tabla 9 Financiamiento</b> .....	75
<b>Tabla 10 TIR/ VAN</b> .....	75

## INDICE DE IMÁGENES

<b>Ilustración 1</b> Árbol de problema de causa y efecto.....	19
<b>Ilustración 2</b> Variables .....	21
<b>Ilustración 3</b> Épocas de la pastelería.....	24
<b>Ilustración 4</b> Funciones Administrativas .....	27
<b>Ilustración 5</b> FODA .....	31
<b>Ilustración 6</b> Población Finita .....	37
<b>Ilustración 7</b> Edad .....	39
<b>Ilustración 8</b> Género .....	39
<b>Ilustración 9</b> Encuesta .....	40
<b>Ilustración 10</b> Encuesta .....	41
<b>Ilustración 11</b> Encuesta .....	41
<b>Ilustración 12</b> Encuesta .....	42
<b>Ilustración 13</b> Encuesta .....	43
<b>Ilustración 14</b> Encuesta .....	43
<b>Ilustración 15</b> Encuesta .....	44
<b>Ilustración 16</b> Encuesta .....	44
<b>Ilustración 17</b> Encuestas.....	45
<b>Ilustración 18</b> Encuesta .....	46
<b>Ilustración 19</b> Encuesta .....	46
<b>Ilustración 20</b> Encuesta .....	47
<b>Ilustración 21</b> Planos .....	48
<b>Ilustración 22</b> Logo.....	54
<b>Ilustración 23</b> FODA .....	56
<b>Ilustración 24</b> Torta 1.....	57
<b>Ilustración 25</b> Torta 2.....	58
<b>Ilustración 26</b> Torta 3.....	58
<b>Ilustración 27</b> Torta 4.....	59

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR ESCUELA DE GASTRONOMÍA**

**TEMA: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PASTELERÍA BOUTIQUE ELEGANCIA LA DE FRANCIA EN EL CANTÓN RUMIÑAHUI, DE LA CIUDAD DE SANGOLQUÍ.**

**AUTOR: Lizbeth Katerin Pozo Herrera**

**TUTOR: Mgtr. Pablo David Analuisa Pichucho**

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El presente proyecto tiene como objetivo, diseñar un plan de negocios con un estudio de prefactibilidad para la creación de una pastelería boutique en el cantón Rumiñahui, de la ciudad de Sangolquí. La metodología que se utiliza para el estudio es de tipo descriptiva, orientada a lo experimental, para lo cual se consideró una muestra realizada a través de una encuesta a 97 personas del cantón Rumiñahui, por lo que se obtuvo que todas las encuestas están de acuerdo en que exista un negocio en el área de la pastelería, que hoy es tendencia a nivel mundial. Del mismo modo el presente trabajo da una visión general del personal que se necesita para el funcionamiento del negocio de este modelo. Así que me encuentro inspirada, ante mi emprendimiento de ponerlo en práctica y a la vez generando fuentes de empleo para las personas, siendo un ente de apoyo a la sociedad.

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR**

**LICENCIATURA EN GASTRONOMIA**

**THEME: BUSINESS PLAN FOR THE CREATION OF ELEGANCIA LA DE FRANCIA BOUTIQUE PASTRY SHOP IN THE RUMIÑAHUI CANTON, IN THE CITY OF SANGOLQUÍ.**

**AUTHOR: Lizbeth Katerin Pozo Herrera**

**TUTOR: Mgtr, Pablo David Analuisa Pichucho**

**ABSTRACT**

The objective of this project is to design a business plan with a pre-feasibility study for the creation of a boutique pastry shop in the Rumiñahui canton, in the city of Sangolquí. The methodology used for the study is descriptive, experimentally oriented, for which a sample was considered through a survey of 97 people from the Rumiñahui canton, besides, it was obtained that all the surveys agree that there should be a business around pastry, which today is a worldwide trend. Additionally, the present work gives an overview of the staff that is needed for the operation of the business of this model. All in all, I am inspired, before my undertaking to put it into practice and at the same time generating sources of employment for people, being an entity that supports society.

## INTRODUCCIÓN

El presente tema, plan de negocios para la creación de una pastelería boutique “Elegancia la de Francia”, tiene como objetivo realizar un estudio de prefactibilidad, que permite desarrollar la idea de un negocio que demuestre el glamour y la elegancia, de modo que ayude ampliar la idea de un estudio de viabilidad, de los cuales se orienta en la innovación, ya sea en el diseño o en los insumos que se utilizan para la creación de los productos, del mismo modo se pueda lograr jugar con los sentidos de nuestros clientes, ocasionando una experiencia única. Además, se puede definir como el desarrollo de un proyecto innovador que permite la presentación de las tendencias internacionales.

### **Importancia y actualidad**

Al respecto, (García, 2015) señala que la pastelería con la gastronomía, diariamente se reinventa y surge al mercado con nuevos sabores, permitiendo desarrollar en el cliente la necesidad de probar aquellos sabores, por lo tanto, las incorporaciones hacen que el mundo de la pastelería sea un lugar innovación y creación de nuevos productos, permitiendo el avance de nuevas tendencias, para agrandar al consumidor con la fusión de la innovación alimentaria (García, 2015, pág. 121). Con esta acotación podemos decir que, la innovación en la pastelería facilita la identificación de las necesidades del cliente de acuerdo con las obligaciones requeridas y garantizar una experiencia exclusiva.

El presente trabajo de investigación se encuentra en la línea de “Emprendimiento” sub-línea: “Proyecto o Estudio Técnico” aplicada en la gastronomía con la finalidad de analizar las diferentes estrategias que se debe llevar en un emprendimiento, en base a una pastelería boutique permitiendo descubrir las distintas herramientas que se puede generar al momento de crear un negocio y que puedan ser de ayuda para la creación de futuros proyectos, utilizando un estudio técnico. Además, los clientes son nuestra parte fundamental de los cambios que se desarrollaran en nuestro negocio para determinar la viabilidad del negocio. (Empresarial, 2015)

El Ecuador es uno de los países más emprendedores e innovadores, de acuerdo con diversos reportes internacionales (Global Entrepreneurship Monitor- GEM y Global Entrepreneurship Development Instituto – GEDI). (MINTUR, 2018)

La innovación forma parte de nuestras vidas y se ha convertido en un parte vital, gracias al Gobierno donde permite la productividad. En el 2013 se logró obtener resultados positivos de la actividad emprendedora joven, de los cuales 1 de cada 3 adultos, realizaron trámites para crear negocios y no excede a los 42 meses, a partir del año anterior, la tasa de nuevos emprendimientos está basado en la necesidad, considerando por el encima del promedio de la región 4.7%. (MINTUR, 2018).

Tomando en cuenta cada uno de estos factores podemos decir, que la alianza para los emprendimientos e innovación ha analizado la estructura del ecosistema para identificar los desafíos que deben cumplir para que el Ecuador sea considerado uno de los países más exóticos y emprendedores de cada año. (Empresarial, 2015)

El gobierno del Ecuador (2020) indica que la ley orgánica de los emprendimientos e innovación tiene como objetivos crear un marco legal que fomente e impulse el desarrollo tecnológico, promocionando la cultura emprendedora, efectuando las prácticas comerciales y financieras, de los cuales, puede ser una clave para fortalecer el ecosistema del mundo de los negocios. El ámbito de esta ley se limita a todas las actividades de carácter público o privado relacionados con la optimización del emprendimiento e innovación, en el marco de las diferentes formas públicas, privadas, mixtas, populares, solidarias de cooperación y sociales artesanales. (Gob.ec, 2020)

Los emprendimientos considerados como proveedores de alimentos y bebidas, tales como restaurantes, cafeterías, plazas de comida, entre otros, es considerado como categoría 4, entonces los permisos que se debe obtener para el funcionamiento de un emprendimiento, son sujeto a control y vigilancia sanitaria, de los cuales se debe pasar una inspección sanitaria cumpliendo con todos los requerimientos y será otorgado por la autoridad sanitaria nacional a los negocios que cumplan dichas instrucciones para el funcionamiento. (MDG, 2022)

Asimismo, deberá tomarse en cuenta que este documento tiene una vigencia de un año y en caso en renovación es un mínimo de 15 días antes de la fecha de expiración para prevenir las sanciones.

La Importancia del tema es para demostrar que las pastelerías boutique son la innovación del mundo gastronómico y la novedad para los clientes, a través de esto lo vamos a implantar en nuestro emprendimiento, entre ellos, en el Ecuador existen pastelerías boutique en la ciudad de Quito y se pudo demostrar que tienen ciertas ventajas al abrir una pastelería boutique en Ecuador, ya que influye en el área de eventos sean grandes o pequeños. (Brand, 2014)

### **Justificación**

La realización de este trabajo de titulación se fundamenta en un plan de negocios, para la creación de una pastelería boutique en el cantón de Rumiñahui, de la ciudad de Sangolquí, permitiendo generar empleos e innovación en el sector.

Entonces, cuando hablamos a nivel macro podemos decir que la mayoría de los países extranjeros aportan en el mundo de la gastronomía y aún más en el mundo de pastelería, de los cuales Francia tuvo un gran impacto en la pastelería y siempre en constante evolución e integración de nuevas técnicas e ingredientes, en la parte meso podemos decir que Latinoamérica también tiene su influencia en el área de la pastelería que puede ser la parte de la innovación, donde incluye la fusión de los sabores y las técnicas de Francia. (Brand, 2014)

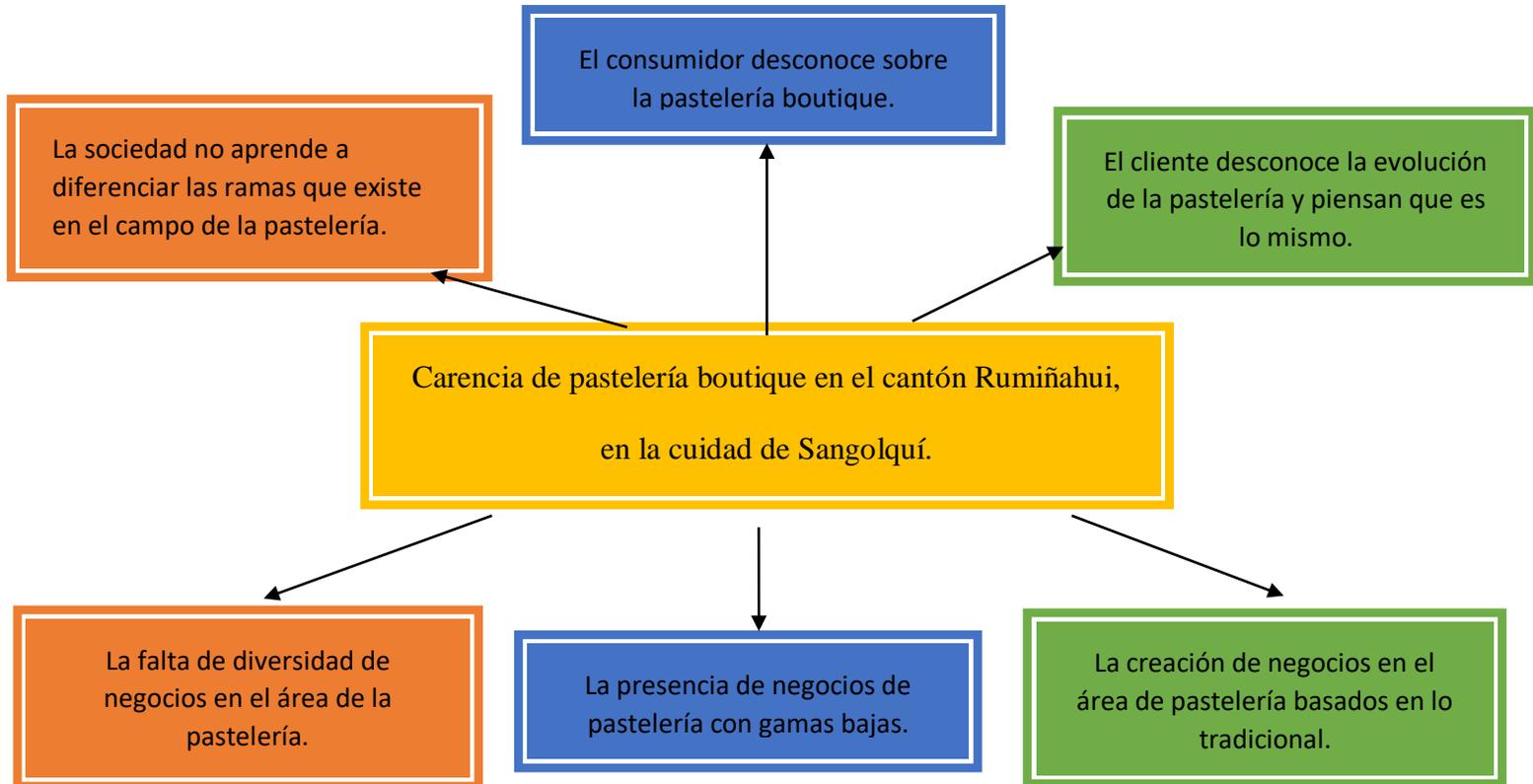
### **Planteamiento del problema**

La idea surgió a través de lograr un emprendimiento innovador en el área de la pastelería boutique, tomando en cuenta a los jóvenes que estén interesados en el campo de la administración de un emprendimiento gastronómico, para demostrar todas las ramas que comprende la gastronomía, también la influencia tiene al momento de la creación de un negocio en base a las estrategias de un emprendimiento.

Debido a lo mencionado se ha planteado la siguiente pregunta de investigación:

- ¿De qué manera este plan de negocios de la pastelería boutique ha evolucionado en la ciudad de Sangolquí?

*Ilustración 1* **Árbol de problema de causa y efecto**



**Elaborado por:** Lizbeth Pozo

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo General**

- Diseñar un plan de negocios con un estudio de prefactibilidad para la creación de una pastelería boutique en el cantón Rumiñahui, de la ciudad de Sangolquí.

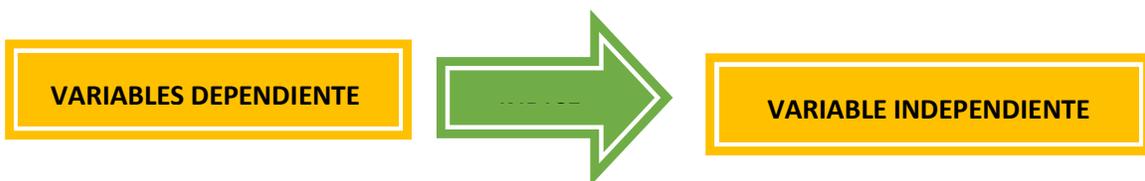
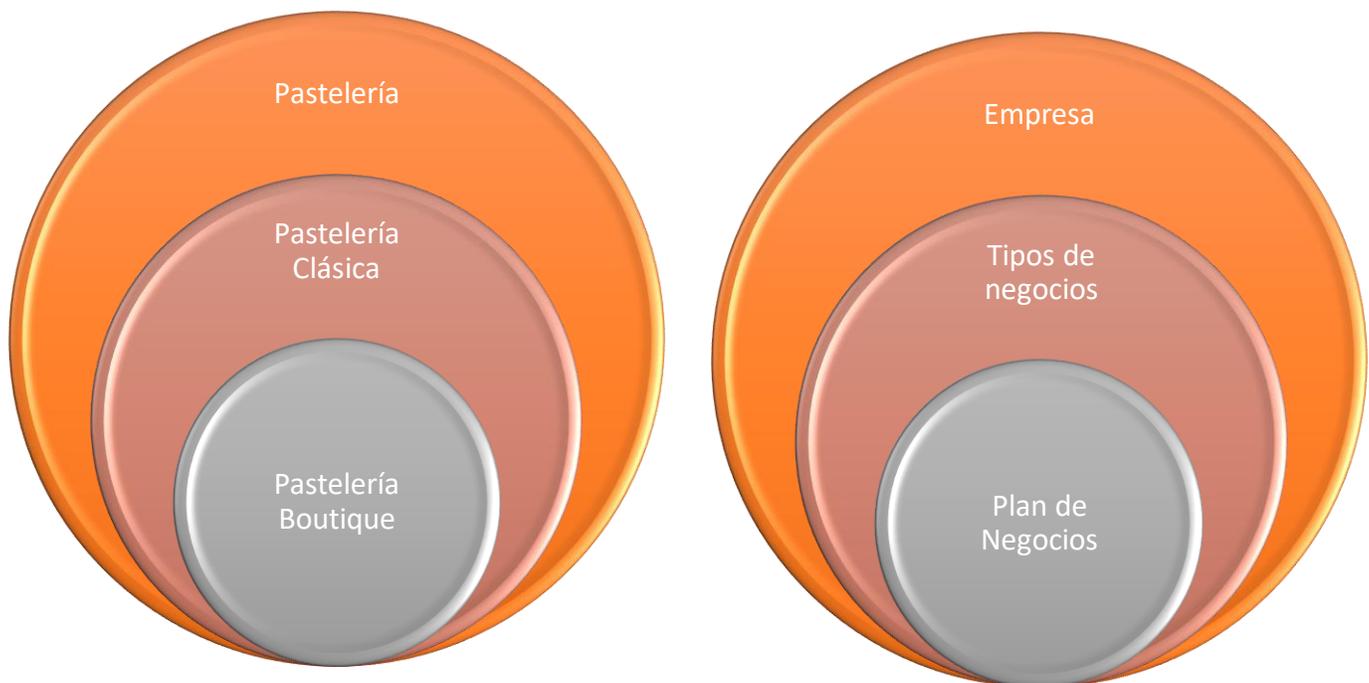
### **Objetivo Especifico**

- Evaluar la factibilidad y rentabilidad del proyecto por medio del cálculo y medición de los indicadores correspondientes al estudio financiero.
- Proyectar un plan operativo mediante la investigación de procesos relacionados con el emprendimiento con la ayuda de un análisis técnico.
- Desarrollar un estudio administrativo que permita aplicar la formulación de misión, visión y estrategias diferenciadoras para un negocio de pastelería, en el cantón de Rumiñahui, de la ciudad de Sangolquí.

## Desarrollo teórico del objeto de campo y de estudio

### Organizador Lógico de Variables

#### *Ilustración 2 Variables*



**Elaborado por:** Lizbeth Pozo

## CAPITULO I

### MARCO TEÓRICO

#### Historia de la pastelería

El origen de la pastelería viene de la palabra francesa “watel” que tiene como significado “alimento”, descubriendo que el mundo de la pastelería siempre existió y esto fue a causa de los egipcios quienes eran los creadores de los originarios panes con miel, puede que en aquellos tiempos la pastelería no era tan avanza o moderna como hoy en día, pero si podemos decir que existían preparaciones sencillas con ingredientes que eran muy comunes de encontrar en aquella época que eran: leche, frutas, miel, harina, huevos y agua, además en aquella época no todas las personas podían disfrutar de los manjares creados por los pasteleros (Enciclopedia de la Pastelería, 2021).

Otros datos sobre el descubrimiento de la pastelería nos dicen, la descripción de recetas dulces sencillas se origina de Mesopotamia y al Antiguo Egipto, donde en la Antigua Grecia, las fechas especiales como en nacimiento era celebrados con pasteles que eran fabricados en Atenas que estaba hechos a base de harina, queso y aceite. (Diario de la Gastronomía, 2014)

El Imperio Romano en el siglo IV a.c, empezó a tomar relevancia en el mundo de la pastelería y empezar a diferenciar del pastelero y el panadero, gracias a un grupo de personas llamados “Cooperativa de Pasteleros” que decidió dividirse, porque antes eran considerados como “pastillariorum” que estaban relacionadas la pastelería y la panadería como una sola diligencia igualitaria, (Diario de la Gastronomía, 2014)

En Francia un suceso importante en el área de la pastelería fue con la llegada de Catalina de Médici desde Italia, quien trajo consigo sus propios cocineros y pasteleros, que permitieron la influencia de varias recetas, que hoy en día sería conocidas como la crema pastelera o la crema de almendras, además se puede decir que, en el siglo XVIII, se comienza con el avance del hojaldre,

el mejoramiento de las técnicas y conocimientos de la pastelería, teniendo como resultado el origen de la pastelería moderna. (Diario de la Gastronomía, 2014)

En el año 1832, se origina la tarta de chocolate conocida como la tarta de sacher, que fue gracias al pastelero Franz Sacher y el pastelero Budapest József fue el creador de la tarta Dobos, que consiste en la realización de un bizcocho sin grasa, recordando que en aquella época no todos podían degustar estas delicias, solamente se les permitía disfrutar a la gente de la clase alta. (Jalisea, 2020)

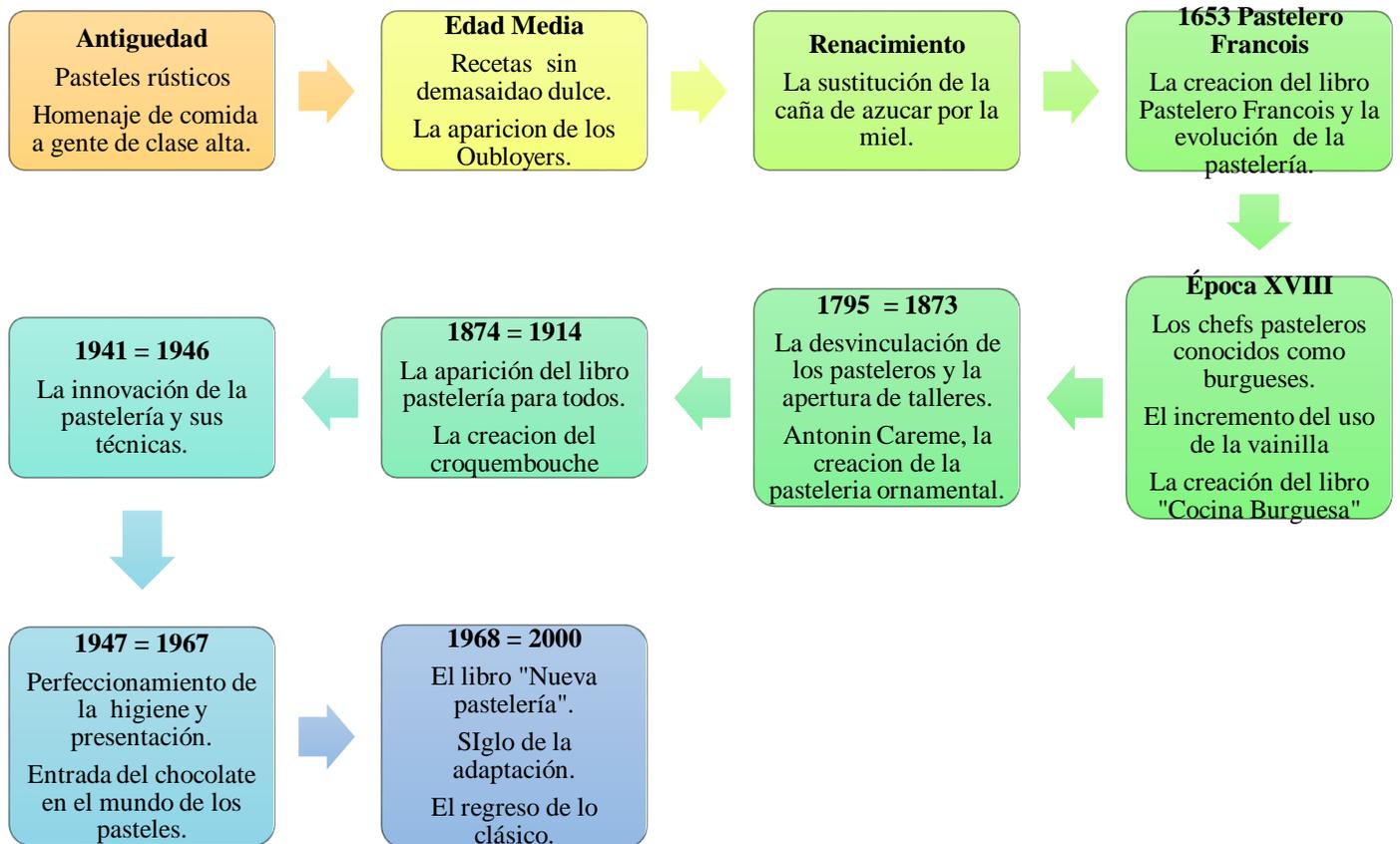
El país de Francia siempre quería destacar en el mundo de la pastelería y fue todo un éxito gracias a la corporación de pasteleros, quienes eran representantes de regular el aprendizaje y apareciendo los helados, los petisús y los pithiviers, igualmente en el siglo XX se comienzan a expandir los nuevos conocimientos en la pastelería, esto quiere decir el entendimiento de las temperaturas de cocción, fermentación, refrigeración y la conservación, obteniendo como resultado el mejoramiento de calidad, la productividad y el comienzo del proceso de la industrialización avanzado. (Gourmet, 2022)

### **Pastelería Clásica**

La pastelería clásica viene, desde la Edad Media, cuando se empezó a distinguir de los pasteleros y panaderos, de los cuales los pasteles con el paso del tiempo empezaron a convertirse en platos festivos y formaron parte de una tradición, ya que cada generación tiene la dicha de crear estas recetas tan distinguidas en aquellas épocas, del mismo modo la pastelería clásica da comienzo a la relevancia que puede tener y todo esto fue gracias a Antonín Carême, en su libro conocido como “El pastelero real” donde describe las diferentes recetas. (López, 2015)

Según la UNESCO en el año 2010, la gastronomía francesa es considerada como Patrimonio Inmaterial de la Humanidad, demostrando la calidad en su gastronomía respetando la variedad regional del país, que permite proporcionar la practica social logrando conmemorar las ocasiones más valiosas de la vida. (Blog de gastronomía, 2021)

### Ilustración 3 Épocas de la pastelería



**Elaborado por:** Tesis de grado, Pontificia Universidad Católica del Ecuador

**Fuente:** <https://docplayer.es/89941172-Pontificia-universidad-catolica-del-ecuador-facultad-de-ciencias-administrativas-y-contables.html>

## **La pastelería boutique**

Las pastelerías boutique son reconocidas por ser más refinadas, con la utilización de técnicas modernas, presentaciones innovadoras y con sabores exóticos (García, 2015)

El termino gourmet o boutique es conocido por su nombre como la alta cocina y una cultura del buen comer que proviene del término francés “gourmand” que tiene como significado “amor por el buen comer”, también permite ser una persona creativa y detallista por cada una de las decoraciones. Para considerarse como un plato gourmet tiene que todo de calidad, donde los ingredientes sean de primera, permitiendo mezclar y ajustar al paladar del cliente, tomando en cuenta los sentidos organolépticos. (Diccionario, 2020)

Podemos decir que en la actualidad la repostería francesa es conceptualizada como la más importante de la creación, además es muy popular en los diferentes lugares de Francia, teniendo como resultado la tradición.

El beneficio de la historia e identificación de los postres franceses más populares a nivel extranjero son:

- Baguette
- Brioche
- Crème brûlée
- Éclair
- Magdalenas
- Pan de chocolate
- Buñuelos
- Clafoutis
- Croissant
- Macaron
- Mousse
- Tarta Tatin

En conclusión, podemos decir que la pastelería francesa siempre existió en la edad antigua, media y moderna, demostrando su evolución a lo largo de los años y señalando que la pastelería fue descubrimiento extraordinario por la humanidad y no solamente por ser considerado un alimento que no todas las personas tenían acceso, sino por tener sabores únicos, con presentaciones exótica que atraen al público.

## **LA EMPRESA**

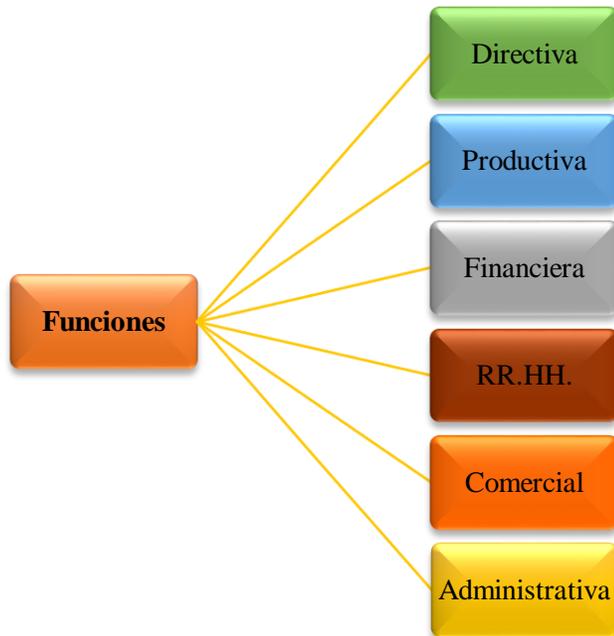
La empresa con su mayor prioridad son las ganancias económicas a través del rendimiento, el servicio o el marketing, teniendo en cuenta que el beneficio que puede traer para la empresa y las personas asociadas.

Para la creación de un negocio siempre debe plantearse las siguientes preguntas ¿Cuál es el objetivo de la empresa? ¿Qué tipo de negocio es? ¿Por qué surgió la creación de este negocio? ¿Cuál es el punto diferenciador de la empresa? (Santander Universidades, 2022, pág. 18)

### **La función de la empresa**

Para la creación de una empresa unos de los puntos clave que se debe considerar primordial, es la imagen porque es lo que primero se proyecta al público y es lo que permite ser un componente diferenciador en el entorno. (Empresa , 2005, pág. 12)

#### *Ilustración 4 Funciones Administrativas*



**Elaborado por:** La empresa y su organización PDF

**Fuente:** <https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448199359.pdf>

#### **Función de dirección**

Es la parte de la administración que son consideradas como la planificación, la coordinación, la organización y el control, permitiendo lograr los diferentes procesos y objetivos determinados.

#### **Función productiva**

también se lo conoce como la función técnica, donde incorpora las diferentes actividades que la empresa tiene para la creación de los productos con sus correspondientes controles de calidad del producto.

### **Función financiera**

Este punto se debe tomar en cuenta la parte de la administración que se divide en la contabilidad de empresa, dependiendo de las actividades llevadas a cabo. Además, esta área es fundamental porque se maneja los recursos económicos y el análisis de los diferentes balances.

### **Gestión de recursos humanos**

Los recursos humanos son la base para del éxito de cualquier negocio, ya la mano de obra es esencial para la elaboración de mis productos y al tener una buena gestión del área de los recursos humanos será un ambiente agradable y propicio de mi emprendimiento.

### **Función comercial**

Este punto se divide en dos actividades que se considera importante dentro de la función comercial que son:

La actividad de venta o servicio que se desarrolla en base del producto.

La actividad de adquisición para la producción insuficiente.

### **Función administrativa**

Este punto trata sobre el área de administración que en cada empresa debe existir, asimismo permitiendo la supervisión y control de las actividades en desarrollo con la ayuda de la documentación. (Empresa , 2005, pág. 13)

### **La división de las empresas, dependiendo del tipo de empleados**

**Empresas grandes:** Alrededor de 500 empleados.

**Empresas medianas:** Alrededor de 51 y 500 empleados.

**Empresas pequeñas:** Alrededor de 6 a 50 empleados.

**Microempresas:** Alrededor de 1 a 5 empleados.

## **VISION**

En la creación de un plan de negocios se debe tomar en cuenta la creación la visión de la empresa que consta de la orientación del negocio y definir los logros a largo y medio plazo, para ello consta de varias preguntas que son: ¿Qué se logrará? ¿Cuáles son las metas en un futuro? ¿Cuál son los puntos claves para conseguirlo? (Santander Universidades, 2022)

## **MISIÓN**

La misión de los negocios se conoce como el motivo principal por la que existe, es decir cuál es su objeto y finalidad, que la empresa quiere lograr en un futuro, siendo claros y concretos para el público pueda entender la razón porque existe la empresa. Además, todos los negocios al crear la misión deben contener las siguientes preguntas que son ¿Qué es lo que hacen? ¿Cuál es el motivo? (Santander Universidades, 2022)

## **PLAN DE NEGOCIOS**

Es un informe que brinda una forma de definir y planificar las metas que la empresa se propone, ya que el plan de negocios permite identificar el tipo de negocio, los valores, el crecimiento y la administración.

Además, el plan de negocios es un componente esencial del éxito que permita identificar y analizar la idea de un negocio, por lo tanto, determinando su viabilidad comercial, económica y técnica. (Angel I. V., 2018, pág. 29)

## **Finalidad**

La finalidad en el plan de negocio contiene de un doble propósito, esto quiere decir que estamos hablando de la parte interna que viene hacer la administración, donde se empieza a desarrollar la idea, para alcanzar un mismo objetivo del negocio. En la parte externa se toma en cuenta, la búsqueda y asociación de nuevos socios. (Angel I. V., 2018, pág. 30)

### **Para que sirve el plan de negocios**

- Prever errores y detectar las oportunidades.
- Determinar las estrategias en el mundo actual.
- La búsqueda del dialogo con terceras partes (inversores, bancos, etc.).
- La adaptación de los diferentes tipos de negocio. (EALDE, 2019)

### **Las características de un plan de negocio**

**Eficiente:** Debe incluir cada detalle del negocio para la presentación del inverso desea conocer.

**Organizado:** Debe contener de una estructura clara y precisa, para la obtención de un seguimiento adecuado.

**Entendible:** En la parte de la escritura se debe desarrollar de una forma comprensible, previniendo el uso de conceptos muy técnicos.

**Rápido:** No debe superar un mínimo de 25 hojas. (EALDE, 2019)

## **PLANEACIÓN ESTRATÉGICA**

Definir la planificación estratégica y su importancia dentro de la empresa, visión, misión y objetivos, contribuyen a gestionar en el mejoramiento del proceso de la toma de decisiones sin que pueda afectar al futuro de la empresa. (Silva, 2015, pág. 61)

## La utilización del FODA para un negocio

La observación del FODA nos permite identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de un tipo de negocio determinado, es una herramienta muy utilizada en el ámbito administrativo, además te permite siempre estar actualizado en las tendencias del mercado. (Raeburn, 2021)

### *Ilustración 5 FODA*



**Elaborado por:** ASANA (Análisis del FODA)

**Fuente:** <https://asana.com/es/resources/swot-analysis>

### **Estudio del área interna**

Las fortalezas y debilidades son de presencia interna de una empresa o dependiendo del tipo de emprendedor que puede ser afectadas con el éxito del negocio. En otras palabras, esto quiere decir que si el negocio no tiene todos requisitos necesarios se encontrará en un punto de afectación, la ausencia de capital es otro problema que se puede encontrar y por último la falta de conocimiento en el mercado. (Pérez, 2021)

### **Estudio del área externa**

Las oportunidades y amenazas provienen de lo de afuera, es decir de lo que podría sucediendo en nuestro entorno y cambio de la aparición de las nuevas tendencias en el mercado puede generar un punto débil de la empresa. (Pérez, 2021)

## **Marketing**

La principal función del marketing incluye no solamente la parte de ofrecer un producto, donde anuncia y vende, sino que también permite realizar un proceso de la planeación y cumplimiento de actividades a fomentar en el proceso. ( Morante Asesores, 2016)

## **Conocimientos generales de la administración de gestión de Henri Fayol**

El modelo administrativo nos dice que se basa en tres aspectos básicos: la división del trabajo, la aplicación de los procesos administrativos y la formulación de criterios, con principios técnicos que orientan la función administrativa.

- **División del trabajo:** permite que una persona acumule experiencia, mejorando constantemente sus habilidades, para que pueda trabajar de manera más eficiente.
- **Autoridad:** autoridad para dar órdenes, debe equilibrarse con funciones de responsabilidad.
- **Disciplina:** Los empleados deben cumplir con las condiciones de la empresa o establecimiento donde laboran.
- **Línea de comando:** A todos los empleados se le asigna un gerente correspondiente al área asignada. (Herrera, 2020)

## **Las 5 fuerzas de Porter**

Otro factor importante para el buen funcionamiento del negocio es la investigación interna de la empresa. Por ello, a continuación, se realizará el análisis del microentorno de la empresa mediante las cinco fuerzas de Porter. (ISO, 2020)

### **Amenazas de nuevos competidores.**

Esta sección se enfoca en estudiar las barreras de entrada que enfrentará un nuevo participante para ingresar al campo.

### **Amenaza de productos sustitutos**

El riesgo de sustitución se aplica a todos los productos que satisfacen las mismas necesidades del consumidor y, por lo tanto, reemplazan los productos proporcionados por la empresa. (ISO, 2020)

### **Poder de negociación del cliente**

Esta sección intenta evaluar el nivel de energía que los consumidores pueden tener cuando exigen un mayor nivel de calidad del producto, un precio más bajo o con un mejor servicio.

## **MANUAL DE PROCESOS DE HIGIENE Y MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS**

### **Introducción**

El área de la pastelería no solamente consta de la preparación de sabores, texturas, aromas y colores, es ver desde el punto de vista sobre la higiene y manipulación de los alimentos que se llevarán a cabo para la preparación de los productos.

### **Factores de contaminación de la higiene y manipulación de los alimentos**

Los diferentes contaminantes que puede obtener un alimento son muy propensos, para ello se debe clasificar los diferentes grupos que puedan existir, con el fin de prevenir estos factores.

### **Clasificación de contaminantes de los alimentos**

**Física:** Los contaminantes físicos se los puede encontrar presentes en la comida y por la manipulación de los trabajadores, esto quiere decir que se puede crear una agente contaminante a través de uñas, plásticos y fragmentos de cristal.

**Química:** Los contaminantes químicos son todos aquellos que contiene sustancias tóxicas y nocivas, de los cuales puede afectar a los alimentos, ya sea por producto de limpieza o desinfección del espacio de trabajo.

**Biológica:** Los contaminantes biológicos son aquellas sustancias que se producen a través del contacto de otros seres vivos en los alimentos, por otra parte, podemos encontrar parásitos, bacterias, sangre o excremento de plagas.

Puedo concluir que este manual será mejorado en el transcurso del crecimiento del negocio y lograremos la implementación de otros manuales necesarios para el buen funcionamiento de la administración de mi negocio.

## **CAPÍTULO 2**

### **DISEÑO METODOLÓGICO**

#### **Paradigma y tipo de investigación**

En el presente plan de negocios, se utilizará el tipo de paradigma constructivo, de los cuales este tipo de paradigma permite conseguir conocimientos, a través de la herramienta del aprendizaje y ser una influencia en la sociedad para demostrar los conocimientos aplicados de acuerdo en el área de pastelería.

#### **Los tipos de paradigmas gastronómicos**

Los paradigmas gastronómicos vienen de la palabra que “paradigma” que significa modelo o ejemplo, pero basado en la gastronomía de una forma más global, permitiendo un control y organización en la gastronomía.

## **Primero paradigma gastronómico: La Metamorfosis de Marie Antoine Careme (paradigma de más de 70 años)**

1. La creación de la cocina francesa moderna a través de la revisión metódica y la fusión de los ingredientes en la cocina tradicional del siglo XVII y XVIII.
2. La dedicación de la investigación en las bibliotecas y recolección de recetas antiguas para la experimentación de nuevas ideas.
3. La realización de los primeros manuales en la gastronomía, manifestando las técnicas culinarias para las madres de familia en la nueva entidad francesa. (García, 2021)

En conclusión, podemos decir que la presente investigación se basa en el paradigma de la metamorfosis de Marie Antonie Careme que consta de lo antiguo a lo innovador con la presentación de nuevos productos.

### **Los tipos y diseño de investigación**

**Descripción:** Presenta y organiza la información recopilada de las autoridades y cómo distribuir los vales.

**Inductivo - Deductivo:** área de información que permite ajustar parámetros según continuar, continuar.

**Análisis:** examinar la información recopilada para sacar conclusiones. (Pérez, 2016).

Este proyecto de tesis utiliza dos tipos de investigación. Por un lado, es investigación exploratoria, utilizada cuando el tema de investigación es poco conocido (Merinos, 2015). Entonces, hasta qué punto a la sociedad le gusta comprar modelo de negocio propuesto, es decir, una pastelería boutique. Por otro lado, la investigación también se considera definitiva. A través del mencionado estudio, se realiza un análisis de los datos para determinar si la hipótesis es válida realizadas para el estudio (García, 2016). Además, permite identificar los hábitos de compra de los productos de los consumidores y cómo contactarlos para anunciar la oferta.

### **Métodos y herramientas de investigación**

El estudio utilizó un enfoque cuantitativo que permite comprender la situación actual en mercado. Su desarrollo se basa en la recopilación de información de un grupo representativo. La población se considera el grupo objetivo (Bruhn, 2015). Ayuda a mostrar los datos recopilados en tablas y gráficos estadísticos para facilitar la interpretación.

Para recopilar información de acuerdo con este enfoque, se ha establecido un método de encuesta. Esta herramienta lo ayuda a cuantificar sus datos y presentarlos en forma de tablas y gráficos para un análisis más detallado.

### **Investigación de mercado**

El propósito de este capítulo es comprender las características de los consumidores potenciales de pastelería, de igual forma, se realizará la previsión y evaluación de la demanda del producto. Se realizará un análisis inicial del estado actual de la industria de la confitería, desglosado en características de la industria y barreras de entrada. (Pérez, 2016)

### **Estado actual del mercado**

Del análisis que se desarrollará a continuación, será posible determinar si los resultados obtenidos son deseables en términos de una percepción positiva del mercado y el nivel de competencia esperado, determinando así la participación de mercado posible. (Pérez, 2016)

### **Segmento de mercado**

La segmentación del mercado determinará el mercado objetivo al que se dirigirá el proyecto, el mismo deberá tener una serie de características que serán analizadas a través de la segmentación geográfica, demográfica, psicosocial y comportamental. (García, 2016).

## POBLACIÓN Y MUESTRA

### Población

Para la determinación del cálculo de la población del análisis se tomó, como referencia a los habitantes de la ciudad de Sangolquí, según los datos de la Institución Nacional de Estadísticas y Censo (INEC, 2022), con una cantidad de 75.080 habitantes, en el área urbana, un valor de 6.060 habitantes, en el área rural y con un total de 81.140 personas.

### Muestra

La presente investigación permite presentar el número de personas total que se tomó en cuenta según el censo para realizar la encuesta, de la creación de una pastelería boutique. Por lo tanto, se considera necesario la aplicación de la fórmula.

#### *Ilustración 6 Población Finita*

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{e^2 (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

**n:** Tamaño de muestra

**N:** Tamaño de población total de 81.140

**Z:** Nivel de confianza considerado por el 95% (1.96)

**E:** El margen de error, utilizando el 0.5 %

**P:** La probabilidad, utilizando el 0.5%

**Q:** La probabilidad de fracaso utilizando el 0.5%

$$n = \frac{196^2 * 0.5 * 0.5 * 81.140}{0.05^2 (81.140 - 1) + 196^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{779268.56}{9604.20035}$$

$$n = 81$$

**Elaborado por:** Lizbeth Pozo

## **La Encuesta**

Las encuestas son conocidas como la herramienta en el área de la investigación que permite recolectar información cualitativa o cuantitativa de un número de determinado. Del mismo modo, para la elaboración de la encuesta, es necesario establecer preguntas abiertas y cerradas para una mejor comprensión del lector. (Westreicher, 2022)

Se puede decir, que la encuesta siempre será utilizada para la obtención de resultados estadísticos y analizar los objetivos de cada proyecto, desde varios puntos de vista, sean positivos o negativos.

**Universidad Internacional del Ecuador**

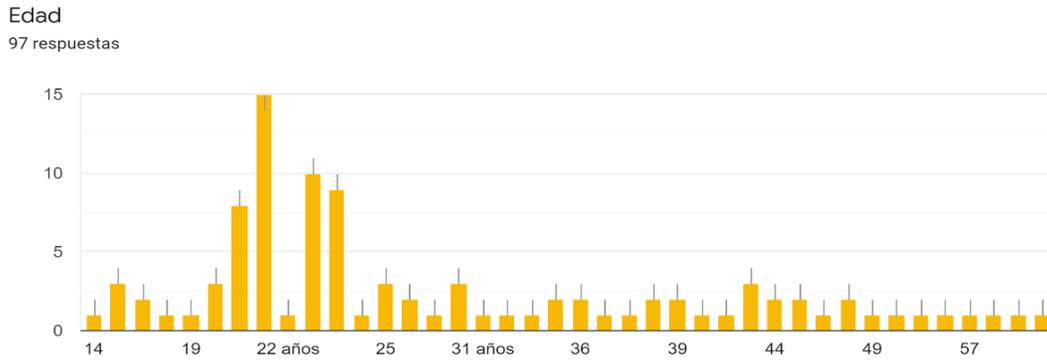
**Escuela de Gastronomía**

**Encuesta**



**La presente encuesta para el análisis de mercado sobre la creación de una pastelería boutique en el cantón Rumiñahui de la ciudad de Sangolquí.**

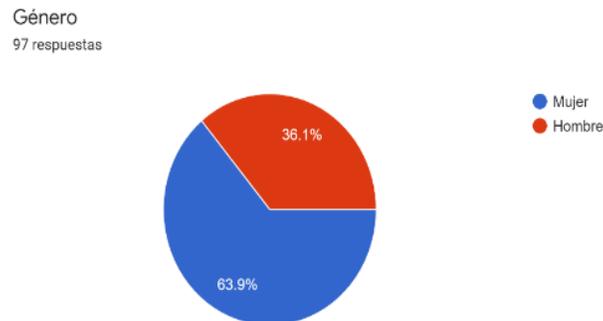
### ***Ilustración 7 Edad***



**Elaborado por:** Lizbeth Pozo

Como resultado, la edad rango de encuestados es 14 a 57 años, pero el mayor número de incremento son las personas jóvenes de 22 años, esto nos quiere decir que estamos manejando un público joven, donde permite demostrar el interés del mundo de la gastronomía y la apertura de una pastelería boutique, del mismo modo, sin dejar de lado nuestro segundo segmento que son las personas mayores de edad.

### ***Ilustración 8 Género***

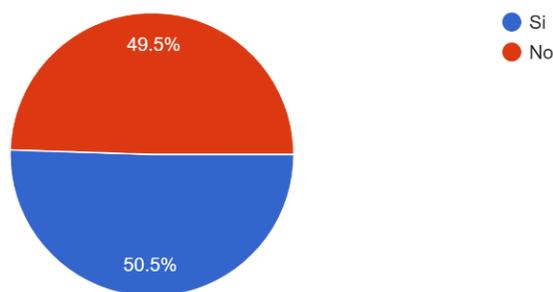


**Elaborado por:** Lizbeth Pozo

Podemos observar que el total de personas encuestas es de 97 entrevistados, de las cuales podemos analizar el 63.9% de las personas son de género femenino, demostrando que 36.1% son de género masculino. En conclusión, tenemos una mayor participación de mujeres que de hombres.

### 1. ¿Conoce la diferencia entre una pastelería y una pastelería boutique?

*Ilustración 9 Encuesta*

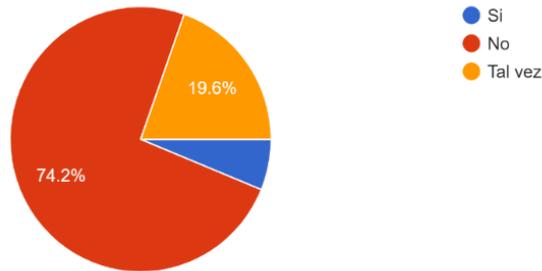


**Elaborado por:** Lizbeth Pozo

Al examinar la siguiente pregunta, se logró determinar entre los encuestados su conocimiento sobre la gastronomía en el área de la pastelería, teniendo como resultado que el 50.5% de las personas conocen las diferencias entre la pastelería y la pastelería boutique, analizando las variables de su entendimiento o experiencias vividas, se puede verificar que el 49.5% de las personas encuestadas desconocen las diferencias, por lo tanto este un punto es importante a tomar en cuenta la influencia de varios factores que son, por la falta de pastelerías boutique en el sector o desinformación.

### 2. ¿Existen pastelerías boutiques por el sector donde vive?

***Ilustración 10 Encuesta***

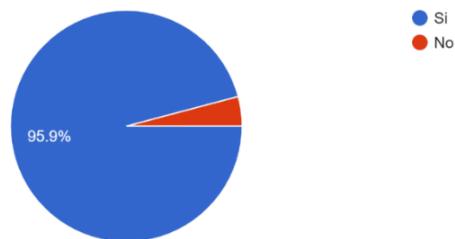


**Elaborado por:** Lizbeth Pozo

Del mismo modo, como ya se habló en la anterior pregunta sobre el conocimiento de las pastelerías, ahora si podemos determinar uno de los factores hablados y es sobre la existencia de pastelerías boutique del lugar de residencia, de modo que 74.2% de las personas encuestadas nos dicen que no existen pastelerías boutique y el 19.6% nos informan que tal vez pudieron observar alguna pastelería boutique o tener conocimiento y por último el 6.2% su respuesta fue un sí, con esto podemos concluir que los negocios de pastelería boutique son muy escasos en la ciudad de Sangolquí.

**3. ¿Le gustaría la apertura de una pastelería boutique en la ciudad de Sangolquí?**

***Ilustración 11 Encuesta***

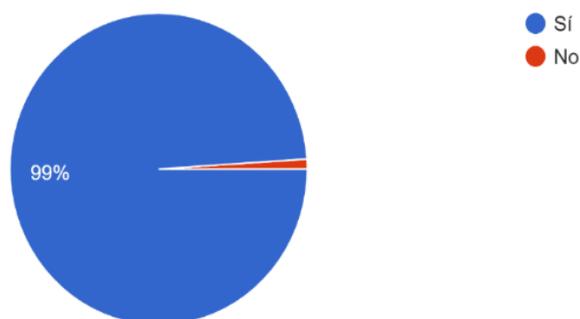


**Elaborado por:** Lizbeth Pozo

Se observa que el 95.9% de la población está de acuerdo con la apertura de una pastelería boutique porque pueden estar buscando algo innovador o salir de lo tradicional en el área de la pastelería y el 4.1% no está de acuerdo en la creación de una pastelería boutique, porque piensan que se trata de una pastelería que contiene precios muy elevados y poco accesibles para el público.

**4. ¿Le gustaría que la pastelería boutique cuente con su propio servicio a domicilio?**

*Ilustración 12 Encuesta*

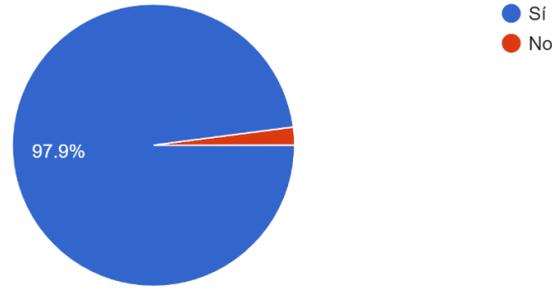


**Elaborado por:** Lizbeth Pozo

El 99% del sector está de acuerdo con que nuestra pastelería boutique cuente con un servicio a domicilio, permitiendo ser un punto clave para nuestros clientes ya que, en situaciones o eventos especiales puede ser apreciado, el servicio a domicilio porque aún hay personas que tienen miedo al salir por la pandemia, entonces nuestro servicio puede ayudar aquellas personas y se adapta a la post pandemia.

**5. ¿Está de acuerdo con obtener más información de nuestros productos y los descuentos que ofrecemos en redes sociales?**

**Ilustración 13 Encuesta**

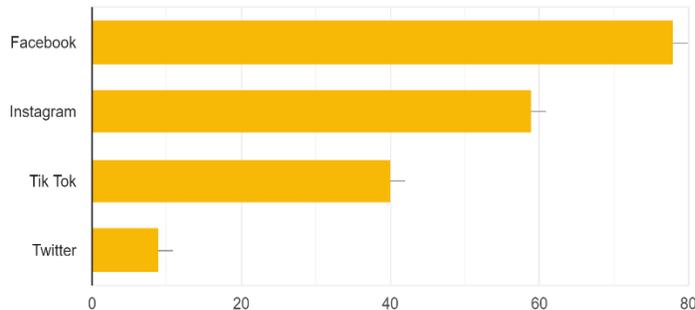


**Elaborado por:** Lizbeth Pozo

Podemos decir que el 97.9% de la población desearían estar informados de nuestros productos y con esto puedo analizar por tiempos de Covid la mayoría ya se preocupan más por su salud y empiezan con la investigación del contenido de los productos.

## **6. ¿Qué redes sociales usa con más frecuencia para estar informado?**

**Ilustración 14 Encuesta**



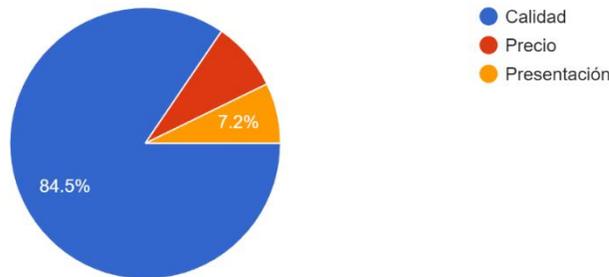
**Elaborado por:** Lizbeth Pozo

Hoy en día cuanto hablamos de las redes sociales son una tendencia entre las personas y son conocidas como la herramienta del ser humano ya sea desde buscar información o para informarse del mundo, de los cuales las redes sociales más usadas por las personas encuestas es en primer lugar Facebook con un porcentaje de 80.4%, en segundo lugar tenemos la red social Instagram con un 60.8% de uso entre las personas, en tercer lugar tenemos Tik Tok como la red

social con menos uso de un 41.2% y por último tenemos Twitter con un porcentaje de 9.3% demostrando la utilización de esta red social raramente.

## 7. ¿Qué es lo que considera importante en un producto de la pastelería?

*Ilustración 15 Encuesta*

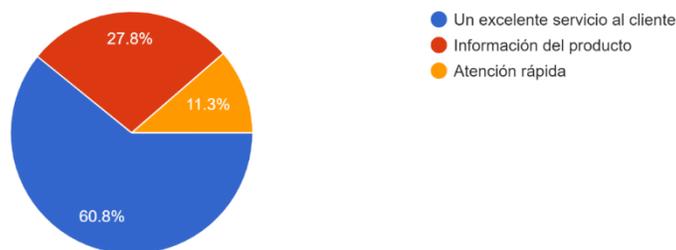


**Elaborado por:** Lizbeth Pozo

Cuando hablamos sobre los productos de la pastelería nos interesa saber el criterio de nuestros futuros clientes y el 84.5% nos dice que lo primero que se fijan es la calidad, recordemos que el producto nos beneficia para la rentabilidad, donde podemos demostrar que la calidad es importante, como segundo punto tenemos el precio con un porcentaje de 8.2% verificando la validez del primer punto y tenemos la presentación con un 7.2%, que es importante, en conclusión podemos decir que estos tres fusionan muy bien juntos.

## 8. ¿Qué es lo que considera importante en el servicio de la pastelería boutique?

*Ilustración 16 Encuesta*

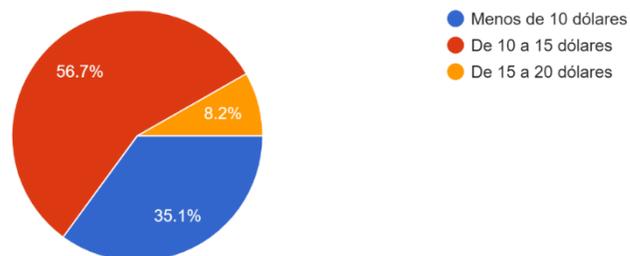


**Elaborado por:** Lizbeth Pozo

Al hablar sobre el servicio, tomamos en cuenta que es la primera imagen que damos a nuestros clientes y todos estamos de acuerdo al decir que un buen servicio se logra una experiencia agradable ya que el 60.8% demuestra lo importante que es una buena atención al cliente, otro punto en tomar en cuenta es la información del producto, al ser una pastelería nueva siempre muestran interés sobre el producto, para finalizar el último punto es sobre la atención sin demoras, al ordenar su pedido con un porcentaje de 11.3%, demostrando la tolerancia de nuestros clientes.

## 9. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por nuestros productos?

*Ilustración 17 Encuestas*

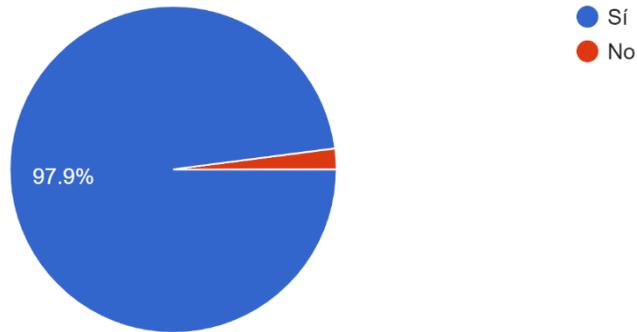


**Elaborado por:** Lizbeth Pozo

Podemos decir que al hablar de precios en nuestros productos es lo que más importar, ya que podemos medir el presupuesto de nuestros pasteles y la mayoría con un 56.7% está de acuerdo en pagar entre 10 a 15 dólares, tomando en cuenta que es una pastelería boutique y el 35.1% se encuentra de acuerdo en pagar menos de 10 dólares ya que se puede adaptar al presupuesto y por último sin olvidarnos que el 8.2% de la población también está de acuerdo en pagar 15 a 20 dólares, considerando que podríamos lograr ofrecer productos.

**10. ¿Usted está de acuerdo en calificar nuestro servicio, después de atendido?**

*Ilustración 18 Encuesta*

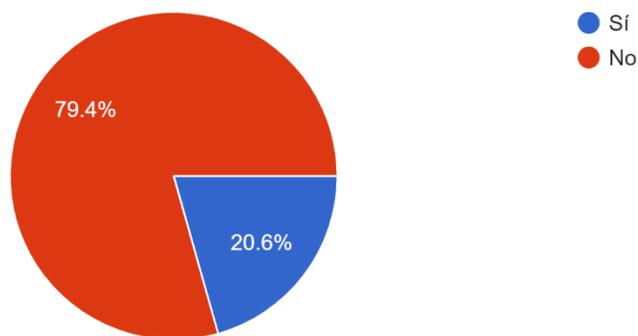


**Elaborado por:** Lizbeth Pozo

La atención al cliente como un punto ya mencionado en las anteriores preguntas se puede que decir, que es tan significativo que nuestro negocio se encuentre en consta mejoramiento, para ofrecer un servicio de calidad y eso lo demuestra la encuesta con un porcentaje del 97.9% conforme con calificar nuestro servicio.

**11. ¿Alguna vez tuvo una experiencia en una pastelería boutique?**

*Ilustración 19 Encuesta*

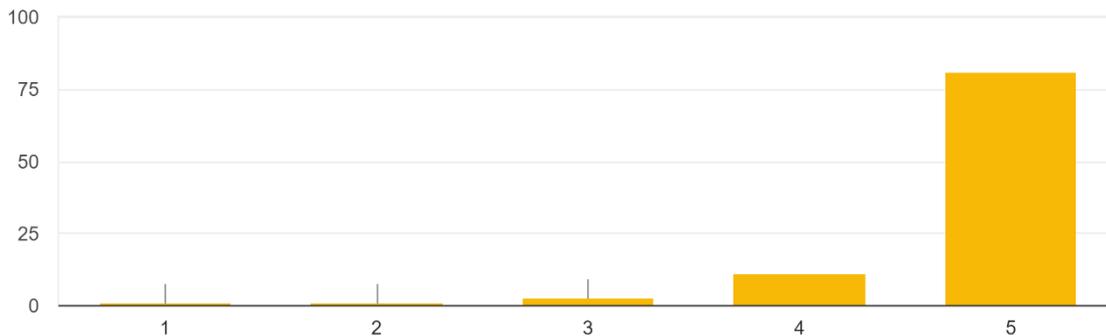


**Elaborado por:** Lizbeth Pozo

Demostrando nuevamente la validez de los factores hablados al principio, se pudo demostrar la validez de las experiencias de nuestros competidores y en base a esa información nuestro cliente puede obtener ciertos conocimientos de una pastelería boutique, con un porcentaje de 79.4% mayor al 20.6% de la población.

## 12. ¿Qué tan importante es para usted el uso de empaques biodegradables?

### *Ilustración 20 Encuesta*



**Elaborado por:** Lizbeth Pozo

Por último, un tema importante que debemos hablar y es sobre los empaques biodegradables, permitiendo ser amigables con el medio ambiente, demuestra la población encuesta que 83.5% les interesa que nuestros productos sean biodegradables y amigables con el medio ambiente para ello buscaremos proveedores de calidad que manejen este tipo de empaques.

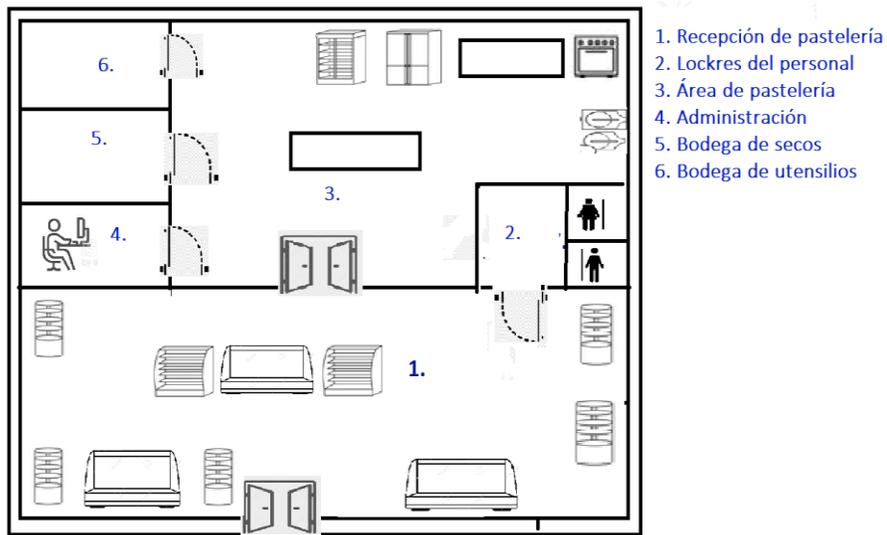
## CAPITULO 3

### INFRAESTRUCTURA Y SERVICIO

#### **Infraestructura y Diseño**

La infraestructura y diseño de la pastelería consta de las necesidades básicas de un negocio, entre ellos el local tiene subdivisiones para cada una de las áreas asignadas desde el área de pastelería y administración.

## Ilustración 21 Planos



**Elaborado por:** Lizbeth Pozo

### Recepción de pastelería

Esta área fue creada con la intención de exhibir todos los productos elaborados, en la pastelería boutique y lograr experiencias únicas en nuestros clientes, con la idea de llevarse un excelente servicio. (Tecnoalbura, 2006, pág. 90)

#### 1. Lockers del personal

En esta habitación se encuentra un área para el personal de trabajo, donde pueden contar con su propio cancel para guardar objetos personales y cambiarse de ropa. (Tecnoalbura, 2006, pág. 90)

#### 2. Área de pastelería

En el área de pastelería se desarrollará los productos de la marca designados, además se compone del espacio suficiente para que el personal pueda desplazarse tranquilamente y utilizar la maquinaria adecuada. (Tecnoalbura, 2006, pág. 89)

### **3. Administración**

El área de administración es el lugar donde se manejará la oficina central de mi pastelería boutique, con todo lo concerniente a la documentación, sea para el área contable, administrativa y la creación de capacitaciones para el personal.

### **4. Bodega secos**

Este espacio fue creado para designar todos los productos secos con su clasificación respectiva los mismos, que en mis emprendimientos son necesarios para la elaboración de mis pasteles.

### **5. Bodega de utensilios**

En mi negocio existirá una bodega de utensilios donde se procederá a guardar todas las herramientas de pastelería, después de ser utilizadas, previamente lavados y desinfectadas, del mismo modo estos son fundamentales para la ejecución de mis productos.

## **Cualidades de construcción**

### **Las buenas prácticas de manufactura**

Según el Ministerio de Salud Pública del Ecuador en el art.3, las instalaciones donde se elaboran y operan los alimentos, son desarrollados y creados para la reducción de riesgos, del mismo modo haciendo cumplir todos los requisitos necesarios. (Bejarano, 2002, pág. 3)

- ✓ El riesgo del agente contaminante y alteración sea menor.
- ✓ La división de las diferentes áreas en el diseño sea adecuada para el mantenimiento de aseo y esterilización que ayude a reducir el nivel de contaminación.
- ✓ Las superficies y materiales son los más cercanos con el contacto del alimento, tomando en cuenta que no deben ser tóxicos y estén creados para la utilización permitida.
- ✓ Proporcionar la supervisión de plagas, dificultando la entrada y el refugio de estas.

### **Diseño y fabricación**

Art. 5, (2002), El Ministerio de Salud Pública del Ecuador, nos dice sobre el diseño y fabricación del negocio debe contener de los siguientes requisitos a cumplir. (Bejarano, 2002, pág. 4)

- ✓ Presentar las condiciones sanitarias adecuadas para la prevención de plagas, polvos y entre otros elementos, con el fin de una mejor protección.
- ✓ En cada área cuente con la disponibilidad de espacio ya sea para el personal o para el mantenimiento de la maquinaria, sin existir inconvenientes en la movilidad de las personas.
- ✓ Proporcione una higiene apropiada para el personal.
- ✓ La ubicación de las señaléticas.

### **Descripción de paredes, pisos del negocio**

- ✓ Los pisos deben contener drenajes en las cocinas y estar creados para la facilidad de aseo, además se debe verificar que se encuentre colocado las trampas de grasas y la instalación del sello hidráulico.
- ✓ Los lugares críticos de las paredes y pisos deben contener uniones cóncavas para favorecer el aseo del área.
- ✓ La zona de los techos y paredes que no se encuentren unidas por completo, deberán terminar en ángulo para prevenir la acumulación de polvo. (Bejarano, 2002, pág. 4)

### **Descripción de las ventanas, puertas y entre otros elementos**

- ✓ La producción de polvo en las zonas de las ventanas debido a la formación de cuerpos huecos se recomienda sellar y supervisar estas zonas para una limpieza más factible.
- ✓ Cada puerta y ventana debe ser inspeccionadas para evitar el ingreso de insectos, y entre otros animales. (Bejarano, 2002, pág. 4)

### **Descripción de instalaciones eléctricas y agua**

- ✓ La instalación de la electricidad tiene que estar abierta y colocado en los techos y paredes, además considerarse como un punto de supervisión y limpieza.
- ✓ Se debe prevenir los cables colgantes en el área de trabajo de alimentos y bebidas.

- ✓ En la instalación de tuberías se considera importante que cada uno contenga los colores determinados por las normas INEN y además la colocación de señaléticas en los lugares correspondientes. (Bejarano, 2002, pág. 4)

#### **Descripción de la iluminación en el área de trabajo**

- ✓ La iluminación de cada una de el área de cocina debe contar de luz natural y se encuentren suspendidas, contando con todas las medidas de seguridad para asegurar un trabajo eficiente. (Bejarano, 2002, pág. 5)

#### **Descripción de la instalación del aire artificial o natural**

- ✓ En cada negocio de alimentos y bebidas debe contar de la instalación del aire artificial o natural para evitar la acumulación de vapor en la zona de trabajo.
- ✓ Toda instalación de aire debe estar asegurada por mallas no corrosivas y que permita la facilidad de extracción a la hora de la limpieza.
- ✓ Siempre se debe llevar una supervisión de la instalación del aire para prevenir la contaminación en el alimento. (Bejarano, 2002, pág. 5)

#### **Descripción del control y supervisión de la temperatura y humedad**

Este punto es importante considerar sobre el control de las temperaturas y humedad en el área de trabajo de la pastelería ya que pueden existir los diferentes agentes de contaminación en los alimentos y en la realización de los productos.

#### **Descripción de las zonas sanitarias**

En mi negocio no puede faltar las zonas sanitarias ya que es una parte fundamental para el desenvolvimiento, tanto de los productos, personal y por supuesto los clientes.

Contaré con zonas para prevenir la contaminación de los alimentos, siempre las instalaciones estarán ventiladas, limpias. En área sanitaria e higiene será siempre supervisada por el administrador.

## Descripción de los utensilios de trabajo

Todos los utensilios que se necesitan para mi emprendimiento a realizar son cumpliendo todas las normas descriptivas en la pastelería entre ellos podemos mencionar: batidor mano, espátula de silicona, espátulas metálicas, rasquetas, mangas pasteleras, rodillos, boquillas.

## El acta de registro de BPM

Según el Art. 97. El acta de registro de BPM, es el documento que permite constar la buena manufactura durante la inspección de los diferentes negocios y certificar sobre las operaciones respectivas que debe llevar el emprendimiento según el reglamento de Registro y Control Sanitario. (Bejarano, 2002, pág. 11)

## Maquinaria de la pastelería

*Tabla 1 Maquinaria*

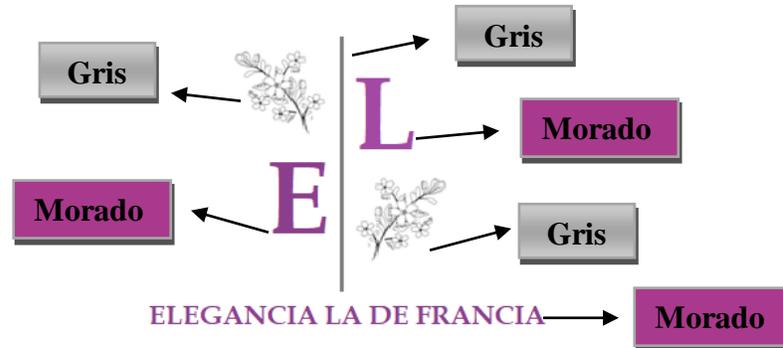
MAQUINARIA			
TIPO	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Horno industrial 8 latas	1	\$1.609,30	\$1.609,30
Cocina Industrial de 6 quemadores	1	\$200,00	\$200,00
Kitchen Aid	2	\$598,00	\$1.196,00
Túrmix industrial	2	\$438,00	\$876,00
Refrigeradora Indurama Vitrina	1	\$1.058,99	\$1.058,99
Mesas de trabajo	3	\$600,00	\$1.800,00
Balanzas	2	\$50,15	\$100,30
Carritos de latas	1	\$500,00	\$500,00
Licuada semi industrial	2	\$180,00	\$360,00
Repisa metálica 1,20 m	7	\$120,00	\$840,00
Balanza digital	2	\$56,00	\$112,00
Microondas LG	1	\$165,00	\$165,00

Brocha de repostería	3	\$13,26	\$39,78
Caja Manga	1	\$13,25	\$13,25
Moldes	5	\$30,00	\$150,00
Bandejas antiadherentes	5	\$28,57	\$142,85
Set de Boquillas	1	\$21,47	\$21,47
Brocha de silicón	2	\$6,24	\$12,48
Exhibidor de pasteles base metálica	4	\$18,39	\$73,56
Anillos mousse	8	\$19,71	\$157,68
Batidor 10 plg	3	\$4,19	\$12,57
Batidor 12 plg	3	\$4,38	\$13,14
Rodillo	2	\$10,00	\$20,00
Exhibidor refrigerado	2	\$3,88	\$7,76
Espátula silicona	3	\$12,12	\$36,36
Cucharones	3	\$3,04	\$9,12
Tablas	2	\$14,20	\$28,40
espátulas	3	\$8,40	\$25,20
Cuchillos	4	\$12,00	\$48,00
Cernideros	3	\$8,20	\$24,60
Molde de cake	5	\$14,50	\$72,50
Moldes para chocolate	4	\$15,78	\$63,12
Rasquetas	4	\$8,70	\$34,80
Rejillas	5	\$25,00	\$125,00
Termómetro	1	\$14,50	\$14,50
Esterilla antiadherente	4	\$21,41	\$85,64
Guantes silicona	2	\$21,66	\$43,32
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$10.092,69</b>
<b>IMPREVISTOS</b>			<b>\$504,63</b>
<b>TOTAL</b>			<b>\$10.597,32</b>

**Elaborado por:** Lizbeth Pozo

## Diseño del logo

### Ilustración 22 Logo



Elaborado por: Lizbeth Pozo

**Colores utilizados en el diseño:** Morado y gris

**Explicación de los colores utilizados en el logo:** El color morado será destinado en las letras y en las abreviaturas y el color gris estará destinado para las decoraciones.

**Significado de los colores**

**Morado:** Lujo, realeza y sabiduría

**Gris:** Elegancia, calidad y confiable

**Página para la creación del logo:** Tailor Brands

## Descripción del proyecto



**Eslogan:** “Nuestros pasteles son la elegancia”

Nuestra pastelería Boutique conocida como “Elegancia la de Francia” presenta producto en base a la creatividad y elegancia, saliendo de lo tradicional a lo elegante, de los cuales nosotros al crear nuestro logo para nuestro negocio, tomamos en cuenta los colores morado y gris haciendo un contraste para simbolizar el glamur de nuestro emprendimiento.

### **Misión**

La misión de nuestro negocio es demostrar en nuestros productos la calidad y elegancia que prometimos para satisfacer a nuestros clientes con experiencias únicas en nuestra pastelería.

### **Visión**

Ser una marca líder a nivel nacional en productos de pastelería y siempre mantener la mente abierta para la mejora continua en nuestro negocio.

### Ilustración 23 FODA



**Elaborado por:** Lizbeth Pozo

### Ley Orgánica de la Salud

Según el Art. 6. Señala que el Ministerio de Salud Pública MSP, están encargado de garantizar y asegurar que todos los productos sean preparados adecuadamente y conste de un registro sanitario para evitar la sanciones y multas por parte del MSP, por lo tanto, al ser una pastelería boutique que refleja producto de postres no solicita de dicha autorización, pero el negocio debe estar regulado. (Congreso Nacional, 2021)

## **Ley Orgánica del consumidor**

En todo negocio que consta de la planificación de alimentos debe afianzar el bienestar del consumidor. El Ministerio de Salud Pública (MSP), señala que es una obligación que cada negocio en el mundo de los alimentos y bebidas deba cumplir con dichas normas para demostrar la seguridad, en caso contrario dicho negocio que no, siga las reglas, será sancionado o clausurado por el Ministerio de Salud Pública. (MSP, 2009)

### **Productos**

#### **Menú de tortas**

##### **Torta N°1: Mi dulce chocolate con frutos secos**

Mousse de chocolate, acompañado de la jalea de mango y bizcocho de chocolate con una cobertura de glaseado espejo de chocolate con una decoración de nueces troceadas y almendras.

##### *Ilustración 24 Torta 1*



*Nota.* Adaptado de Entremets E Dessert [Fotografía], por Presentación de tortas, 2017, Céline D (<http://lesyeuxgrognons.com/entremet-chocolat-praline-noisette/>).

### **Torta N°2: Brazo Gitano la combinación de los colores**

Bizcocho de vainilla con relleno de crema de fresas, cubierto de un glaseado de chocolate amarillo y acompañado de decoraciones de chocolate blanco.

#### *Ilustración 25 Torta 2*



*Nota.* Adaptado de La Pâtisserie de Mes Envies [Fotografía], por El pastel de mis deseos, 2018, Sabine (<https://lapatisseriedemesenviesblog.com/2018/11/22/glacage-miroir-multicolore/>).

### **Torta N°3: La serenidad de mi pastel**

Mousse de chocolate con crema inglesa de naranja y bizcocho bañado en almíbar de naranja, cubierto por un glaseado espejo de chocolate de color celeste, con unas decoraciones de frutas.

#### *Ilustración 26 Torta 3*



*Nota.* Adaptado de World Famous Pastry Chef [Fotografía], por Pastry chef, 2016, Olga Noskova (<https://olganoskova.pro/>).

### Torta N°4: My gold cake

Mousse de piña con un sabayón de champagne y un bizcocho de naranja, bañando con un glaseado espejo amarillo y con decoraciones de chocolate blanco pintando de oro.

*Ilustración 27 Torta 4*



*Nota.* Adaptado de Ettore Cioccia [Fotografía], por Tartas y Pasteles, 2016, Bavette (<https://www.bavette.es/tartas-y-pasteles/6379-tarta-de-mango-con-sabayon-de-champagne/>).

*Tabla 2 Receta Estándar de Costos*

Receta Estándar					
Jalea de Mango					10 personas
Materia Prima	Unidad gramos/ml	precios	cantidad		Valor total
Pulpa de mango	1000	2,00	200	gr.	0,400
Glucosa	1000	5,6	35	gr.	0,196
Azúcar	1000	1,5	45	gr.	0,068
Mousse de Chocolate Negro					
Gelatinas en hojas	1000	10	4	gr.	0,040
Yemas de huevos	1000	5,8	150	gr.	0,870
Azúcar	1000	1,5	30	gr.	0,045
Leche	1000	1,2	165	ml	0,198
Chocolate negro	1000	19,05	200	gr.	3,810
Crema de Leche	500	4	300	ml	2,400
Bizcocho de Chocolate					

azúcar	1000	1,1	125	gr.	0,138
Harina de almendra	1000	4,2	100	gr.	0,420
Cacao en polvo	250	2,6	25	gr.	0,260
Harina	1000	2,29	20	gr.	0,046
Mantequilla	1000	5	20	gr.	0,100
Claras de huevo	Cubeta	0,2	3	gr.	0,400
<b>Decoración</b>					
Nueces	500	8	100	gr.	1,600
Almendras	500	8	100	gr.	1,600
<b>Glaseado espejo de Chocolate</b>					
Crema de Leche	500	3,5	120	ml.	0,840
Azúcar	1000	1,5	180	gr.	0,270
Chocolate negro	250	2,6	60	gr.	0,624
Gelatina en hojas	1000	3	6	gr.	0,018
<b>Costo Total de Materia Prima</b>					<b>\$ 14,34</b>
<b>Margen de Error o variación del precio 10%</b>					<b>\$ 1,43</b>
<b>Costo Total de preparación</b>					<b>\$ 15,78</b>
<b>Costo por porción</b>					<b>\$ 1,58</b>
<b>Costo Gerencial 30%</b>					<b>\$ 5,26</b>
<b>Impuesto del valor agregado 12%</b>					<b>\$ 0,63</b>
<b>Precio de venta Final</b>					<b>\$ 5,89</b>

<b>Receta Estándar</b>					 ELEGANCIA LA DE FRANCIA
<b>Bizcocho de vainilla</b>					
Materia Prima	Unidad gramos/ml	precios	cantidad		Valor total
azúcar	1000	1,5	180	gr.	0,270
Harina	1000	2,29	180	gr.	0,412
Esencia de vainilla	100	2	5	ml	0,100
Huevos	Cubeta	0,2	6	u	1,200
<b>Crema Fresa</b>					
Azúcar	1000	1,5	60	gr.	0,090
Fresas	500	1,25	100	gr.	0,250
Crema de Leche	500	4	200	ml	1,600
<b>Glaseado espejo amarillo</b>					
Chocolate Blanco	1000	20,84	150	gr.	3,126

Azúcar	1000	1,5	110	gr.	0,165
Glucosa	1000	5,6	110	ml	0,616
Gelatina en hojas	1000	3	10	gr.	0,030
<b>DECORACION</b>					
Chocolate blanco	1000	20,84	150	gr.	3,126
<b>Costo Total de Materia Prima</b>					<b>\$ 10,99</b>
<b>Margen de Error o variación del precio 10%</b>					<b>\$ 1,10</b>
<b>Costo Total de preparación</b>					<b>\$ 12,08</b>
<b>Costo por porción</b>					<b>\$ 1,21</b>
<b>Costo Gerencial 30%</b>					<b>\$ 4,03</b>
<b>Impuesto del valor agregado 12%</b>					<b>\$ 0,48</b>
<b>Precio de venta Final</b>					<b>\$ 4,51</b>

<b>Receta Estándar</b>					 ELEGANCIA LA DE FRANCIA
<b>Bizcocho</b>					10 personas
Materia Prima	Unidad gramos/ml	precios	cantidad		Valor total
azúcar	1000	1,5	180	gr.	0,270
Harina	1000	2,29	180	gr.	0,412
Colorante	100	2	5	ml	0,100
Huevos	Cubeta	0,2	6	u	1,200
<b>Glaseado espejo Celeste</b>					
Chocolate Blanco	1000	20,84	150	gr.	3,126
Azúcar	1000	1,5	110	gr.	0,165
Glucosa	1000	5,6	110	ml	0,616
Gelatina en hojas	1000	3	10	gr.	0,030
<b>Mouse de chocolate negro</b>					
Gelatina en hojas	1000	3	4	gr.	0,012
Yemas de huevos	Cubeta	0,2	3	u	0,600
Azúcar	1000	1,5	30	gr.	0,045
Leche	1000	1,2	165	ml	0,198
Chocolate negro	1000	19,05	200	gr.	3,810
Crema de leche	500	3,29	300	ml	1,974
<b>Crema de Naranja</b>					
Pulpa de naranja	1000	6	115	ml	0,690
Huevo	Unidad	0,2	1	u	0,200
Yemas de huevo	Unidad	0,2	2	u	0,400

Azúcar	1000	1,5	35	gr.	0,053
Maicena	500	0,75	5	gr.	0,008
Mantequilla	500	2,5	30	gr.	0,150
Gelatinas en hojas	500	8	2	gr.	0,032
<b>almíbar de Naranja</b>					
Pulpa de Naranja	1000	6	130	ml	0,780
Azúcar	1000	1,5	50	gr	0,075
<b>DECORACION</b>					
Cerezas	200	2,5	50	gr.	0,625
Frambuesa	200	2	80	gr.	0,800
<b>Costo Total de Materia Prima</b>					<b>\$ 16,37</b>
<b>Margen de Error o variación del precio 10%</b>					<b>\$ 1,64</b>
<b>Costo Total de preparación</b>					<b>\$ 18,01</b>
<b>Costo por porción</b>					<b>\$ 1,80</b>
<b>Costo Gerencial 30%</b>					<b>\$ 6,00</b>
<b>Impuesto del valor agregado 12%</b>					<b>\$ 0,72</b>
<b>Precio de venta Final</b>					<b>\$ 6,72</b>

<b>Receta Estándar</b>					 ELEGANCIA LA DE FRANCIA
					10 personas
Materia Prima	Unidad gramos/ml	precios	cantidad	Valor total	
<b>Bizcocho</b>					
azúcar	1000	1,5	125	gr.	0,188
Harina de almendras	500	4,2	100	gr.	0,840
Harina	1000	2,29	20	gr.	0,046
Pulpa de naranja	500	3,5	40	ml	0,280
Claros de huevo	Cubeta	0,2	2	u	1,200
Mantequilla	500	2,5	20	gr.	0,100
<b>Mouse de Mango</b>					
Azúcar	1000	1,1	30	gr.	0,033
Crema pastelera	500	4	15	gr.	0,120
Chocolate Blanco	1000	20,84	35	gr.	0,729
Hojas de gelatina	1000	5	4	gr.	0,020
Mango	1	1	1	u	1,000
<b>Merengue Básico</b>					
Azúcar	1000	1,1	60	gr.	0,066

Claras de Huevo	Cubeta	0,2	3	u	1,200
<b>Glaseado espejo amarillo</b>					
Chocolate Blanco	1000	20,84	150	gr.	3,126
Azúcar	1000	1,5	110	gr.	0,165
Glucosa	1000	5,6	110	ml	0,616
Gelatina en hojas	1000	3	10	gr.	0,030
<b>Sabayón de Champagne</b>					
Gelatina en hojas	1000	3	4	gr.	0,012
Yemas de huevos	Cubeta	0,2	3	u	0,600
Azúcar	1000	1,5	50	gr.	0,075
Champagne	500	6	100	ml	1,200
<b>DECORACION</b>					
Chocolate Negro	1000	20,84	150	gr.	3,126
<b>Costo Total de Materia Prima</b>					<b>14,772</b>
<b>Margen de Error o variación del precio 10%</b>					<b>1,477</b>
<b>Costo Total de preparación</b>					<b>16,249</b>
<b>Costo por porción</b>					<b>1,625</b>
<b>Costo Gerencial 30%</b>					<b>5,416</b>
<b>Impuesto del valor agregado 12%</b>					<b>0,65</b>
<b>Precio de venta Final</b>					<b>6,066</b>

Elaborado por: Lizbeth Pozo

## **CAPITULO 4**

### **FINANCIERO**

#### **La parte financiera de los negocios**

Cada negocio debe contener una parte financiera de todo lo que sea realizar y con eso obtener resultados para la creación del negocio, entonces podemos decir que es el área de las finanzas, que se debe tomar en cuenta la responsabilidad que se lleva en este punto por parte del creador.

Lo esencial del área de finanzas es ejecutar todos los pagos y llevar una supervisión de cada una de los ingresos y gastos que se lleve en el proceso del crecimiento de la empresa, no solamente depende de una buena organización, sino que también es considerar la parte económica. (CETYS, 2021)

#### **Los diferentes grupos financieros**

##### **Asesoría y observación de fondos**

Los fondos son necesarios porque tienen una línea directa con los ingresos y gastos del negocio, del mismo modo conserva un papel que permite medir la situación económica. (CETYS, 2021)

##### **Organización y estrategias financieros**

La organización es fundamental al momento de emprender algo y se va en unión con las estrategias financieras será el éxito para un negocio entre ellas podemos destacar. Buscar una institución financiera que dé a bajo interés el crédito, negociar algunos meses de gracia para que el negocio vaya evolucionando en sus ventas.

### **Sueldos para el personal**

El Sueldo es una gran motivación del personal, es necesario conocer los estudios, cursos, experiencias de las personas a ser seleccionadas para trabajar en el negocio y de acuerdo con esto, realizar un análisis detallado para así proceder a fijar, también se debe tomar en cuenta el sueldo básico actual.

### **La supervisión de la dificultad financiera**

Es muy importante el área financiera en un negocio, siempre debe existir una supervisión de personas especializadas, juntamente con el propietario para evitar riesgos y si los existiera tomar decisiones rápidas y correctivas.

### **Local**

El local del negocio es de 50 metros cuadrados, se encuentra ubicado en el cantón Rumiñahui, ciudad de Sangolquí, diagonal al hospital del día IESS, en la Avenida Atahualpa, su distribución serán áreas de ventas, exhibición de cada uno de los productos, el área de preparación para la elaboración de los pasteles, incluyendo la oficina y los Lockers para el personal, tomando en cuenta que el negocio se adapta a todas las necesidades básicas de un local, del mismo modo el local es arrendado.

*Tabla 2 Costos del arriendo*

<b>COSTOS DEL ARRIENDO</b>	
<b>Definición</b>	<b>Costos</b>
Arriendo	\$ 380
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 380</b>

**Elaborado por:** Lizbeth Pozo

## Remodelación del Local

EL local contará con una remodelación interna, desde la adaptación de la iluminación hasta las paredes. Para lo cual se tomará en cuenta a la hora de decorar primero la pintura de las paredes será de colores claros que se hará contraste con la iluminación ya que esto dará como resultado que los clientes puedan ver y apreciar mejor los productos en exhibición siempre teniendo en cuenta la combinación de todo el local.

*Tabla 3 Costos de la remodelación*

COSTOS DE LA REMODELACIÓN	
Definición	Costos
Pintura, iluminación	\$ 350
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 350</b>

**Elaborado por:** Lizbeth Pozo

## Equipos y maquinaria de pastelería

Los equipos y maquinaria de una pastelería son una herramienta fundamental a la hora de realizar nuestros productos, de los cuales se tomó como referencia los más necesarios para la producción y el tipo de maquinaria que podemos utilizar en nuestro negocio.

*Tabla 4 Maquinaria*

MAQUINARIA			
TIPO	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Horno industrial 8 latas	1	\$1.609,30	\$1.609,30
Cocina Industrial de 4 quemadores	1	\$200,00	\$200,00
Kitchen Aid	2	\$598,00	\$1.196,00
Túrmix industrial	2	\$438,00	\$876,00

Refrigeradora Indurama	1	\$1.058,99	\$1.058,99
Vitrina			
Mesas de trabajo	3	\$600,00	\$1.800,00
Balanzas	2	\$50,15	\$100,30
Carritos de latas	1	\$500,00	\$500,00
Licuada semi industrial	2	\$180,00	\$360,00
Repisa metálica 1,20 m	7	\$120,00	\$840,00
Balanza digital	2	\$56,00	\$112,00
Microondas LG	1	\$165,00	\$165,00
Brocha de repostería	3	\$13,26	\$39,78
Caja Manga	1	\$13,25	\$13,25
Moldes	5	\$30,00	\$150,00
Bandejas antiadherentes	5	\$28,57	\$142,85
Set de Boquillas	1	\$21,47	\$21,47
Brocha de silicón	2	\$6,24	\$12,48
Exhibidor de pasteles base metálica	4	\$18,39	\$73,56
Anillos mousse	8	\$19,71	\$157,68
Batidor 10 plg	3	\$4,19	\$12,57
Batidor 12 plg	3	\$4,38	\$13,14
Rodillo	2	\$10,00	\$20,00
Exhibidor refrigerado	2	\$3,88	\$7,76
Espátula silicona	3	\$12,12	\$36,36
Cucharones	3	\$3,04	\$9,12
Tablas	2	\$14,20	\$28,40
Espátulas	3	\$8,40	\$25,20
Cuchillos	4	\$12,00	\$48,00
Cernideros	3	\$8,20	\$24,60
Molde de cake	5	\$14,50	\$72,50
Moldes para chocolate	4	\$15,78	\$63,12
Rasquetas	4	\$8,70	\$34,80
Rejillas	5	\$25,00	\$125,00

Termómetro	1	\$14,50	\$14,50
Esterilla antiadherente	4	\$21,41	\$85,64
Guantes silicona	2	\$21,66	\$43,32
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$10.092,69</b>
<b>IMPREVISTOS</b>			<b>\$504,63</b>
<b>TOTAL</b>			<b>\$10.597,32</b>

**Elaborado por:** Lizbeth Pozo

### **Empaques biodegradables**

Los empaques biodegradables que vamos a utilizar para nuestros productos son personalizados y son asociados a la marca de biodegradables Ecuador. Además, los empaques se adaptan a la comida de nuestros clientes cuando se trata de retirar el pastel de la caja.

*Tabla 5 Costos de empaque*

<b>COSTOS DEL EMPAQUE DEL PRODUCTO</b>	
<b>Definición</b>	<b>Costos</b>
Empaques biodegradables	\$ 260
Cintas	\$ 20
Sellos	\$ 25
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 305</b>

**Elaborado por:** Lizbeth Pozo

### **Bienes Muebles**

Son aquellos equipos que serán utilizados para la oficina y la exhibición de los pasteles.

**Tabla 6 Bienes Muebles**

<b>BIENES MUEBLES</b>			
<b>Definición</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>V. Total</b>
Escritorio	1	\$ 200	\$ 200
Sillas de madera	2	\$ 55	\$ 110
Vitrinas exhibidoras	2	\$ 1500	\$ 3.000
Caja registradora	1	\$ 232	\$ 232
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 3.542</b>

**Elaborado por:** Lizbeth Pozo

### **Equipos de Oficina**

Los elementos electrodomésticos son necesarios para el área de administración de la pastelería.

**Tabla 7 Equipos de oficina**

<b>EQUIPOS DE OFICINA</b>			
<b>Definición</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>V. TOTAL</b>
Laptop PC	1	\$ 500	\$ 500
Impresora/ scanner	2	\$ 95	\$ 190
Teléfono	1	\$ 60	\$ 60
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 750</b>

**Elaborado por:** Lizbeth Pozo

### **Moto para delivery**

La moto va a servir para realizar entregas a domicilio de nuestros productos por eso es necesario dicha adquisición, la misma que es una inversión para el negocio, pero será de gran ayuda para las ventas.

**Tabla 8 Moto**

<b>MOTO PARA DELIVERY</b>			
<b>Definición</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>V. TOTAL</b>
Moto	1	\$ 1205	\$ 1.205
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1.205</b>

**Elaborado por:** Lizbeth Pozo

### **Financiación de los activos fijos**

Se utiliza para la determinación de la actividad del negocio y de los cuales no se ha conseguido a la venta, esto quiere decir que son los bienes inmuebles, financiamiento de la maquinaria o utensilios que se realizar uso en el negocio y por último la parte de las inversiones. (Miracielo-Marco, 2016, pág. 1)

**Tabla 10 Financiación**

<b>FINANCIACIÓN DE LOS ACTIVOS FIJOS</b>	
Maquinaria	\$ 10.597,32
Bienes muebles	\$ 3.542
Equipos de oficina	\$ 750
Moto para delivery	\$ 1.205
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 16.094,32</b>

**Elaborado por:** Lizbeth Pozo

### **Presupuesto de intangible**

El presupuesto de los activos intangibles se puede decir que son los gastos que realiza cada empresa hacia el futuro, permitiendo analizar y determinar las diversas situaciones para el crecimiento del negocio. (O'Mahony, 2022)

Además, las empresas que lleven el control de cada uno de los gastos y presupuesto se pueden lograr determinar las estrategias positivas y negativas en el proceso.

*Tabla 11 Activos intangibles*

<b>ACTIVOS FIJOS INTANGIBLES</b>	
Presupuestos preoperativos	
Gastos de Constitución (Permisos y Patentes)	\$ 564
Software para negocios (SIESA)	\$ 538
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.102</b>

**Elaborado por:** Lizbeth Pozo

## Presupuesto de Gastos Administrativos

*Tabla 12 Gastos Administrativos*

PRESUPUESTO DE GASTOS ADMINISTRATIVOS													
Detalle	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total, Año
Sueldos	2380,00	2380,00	2380,00	2380,00	2380,00	2380,00	2380,00	4505,04	2380,00	2380,00	2380,00	4760,00	<b>33065,04</b>
IESS	265,37	265,37	265,37	265,37	265,37	265,37	265,37	265,37	265,37	265,37	265,37	265,37	<b>3184,44</b>
Arriendo del local	380,00	380,00	380,00	380,00	380,00	380,00	380,00	380,00	380,00	380,00	380,00	380,00	<b>4560,00</b>
Servicios Básicos	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	<b>840,00</b>
Materiales de oficina	20,00	18,00	15,00	13,00	20,00	15,00	18,00	16,00	18,00	20,00	15,00	19,00	<b>207,00</b>
<b>Total, salida de Efectivo</b>	<b>3115,37</b>	<b>3113,37</b>	<b>3110,37</b>	<b>3108,37</b>	<b>3115,37</b>	<b>3110,37</b>	<b>3110,37</b>	<b>5236,41</b>	<b>3113,37</b>	<b>3113,37</b>	<b>3113,37</b>	<b>5494,37</b>	<b>41854,48</b>

Elaborado por: Lizbeth Pozo

Proyección del Balance de pérdidas y ganancias

Tabla 13 Balance de pérdidas y ganancias

PROYECCIÓN DEL BALANCE DE PERDIDAS Y GANANCIAS													
Detalle	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
<b>INGRESOS</b>	<b>5580,00</b>	<b>6720,00</b>	<b>6045,00</b>	<b>6975,00</b>	<b>9300,00</b>	<b>8100,00</b>	<b>7905,00</b>	<b>8835,00</b>	<b>6750,00</b>	<b>6510,00</b>	<b>6750,00</b>	<b>9765,00</b>	<b>89235,00</b>
Ventas	5580,00	6720,00	6045,00	6975,00	9300,00	8100,00	7905,00	8835,00	3720,00	6510,00	6750,00	9765,00	
<b>EGRESOS</b>	<b>5501,37</b>	<b>6698,37</b>	<b>5767,37</b>	<b>6209,37</b>	<b>7031,37</b>	<b>6665,37</b>	<b>6501,37</b>	<b>8806,41</b>	<b>6232,37</b>	<b>6092,37</b>	<b>6234,37</b>	<b>9450,37</b>	<b>81190,48</b>
Gastos de producción	1530,00	2754,00	1836,00	2295,00	3060,00	2754,00	2601,00	2754,00	2295,00	2142,00	2295,00	3100,00	
Gastos de ventas	305,00	280,00	270,00	255,00	305,00	250,00	239,00	265,00	273,00	286,00	275,00	305,00	
Gastos financieros	551,00	551,00	551,00	551,00	551,00	551,00	551,00	551,00	551,00	551,00	551,00	551,00	
Gastos Administrativos	3115,37	3113,37	3110,37	3108,37	3115,37	3110,37	3110,37	5236,41	3113,37	3113,37	3113,37	5494,37	
<b>Utilidad</b>	<b>78,63</b>	<b>21,63</b>	<b>277,63</b>	<b>765,63</b>	<b>2268,63</b>	<b>1434,63</b>	<b>1403,63</b>	<b>28,59</b>	<b>517,63</b>	<b>417,63</b>	<b>515,63</b>	<b>314,63</b>	<b>8044,52</b>

Elaborado por: Lizbeth Pozo

## Rol de pagos

*Tabla 14 Rol de pagos*

<b>Tipo</b>	<b>Empleado</b>	<b>Salario</b>	<b>IESS 11,15%</b>	<b>Décimo tercer sueldo</b>	<b>Décimo cuarto sueldo</b>	<b>Vacaciones</b>
Administrador	1	620,00	69,13	51,67	35,42	25,83
Cajero	1	480,00	53,52	40,00	35,42	20,00
Jefe Pastelero	1	580,00	64,67	48,33	35,42	24,17
Pastelero	1	525,00	58,54	43,75	35,42	21,88
Ayudante pastelero	1	425,00	47,39	35,42	35,42	18,88
Steward	1	425,00	47,39	35,42	35,42	18,88
Repartidor	1	425,00	47,39	35,42	35,42	18,88
<b>Total, mes</b>		<b>2380,00</b>	<b>265,37</b>	<b>198,33</b>	<b>177,09</b>	<b>102,67</b>
<b>Total, año</b>		<b>28560,00</b>	<b>3184,44</b>	<b>2380,00</b>	<b>2125,04</b>	<b>1232,00</b>

Elaborado por: Lizbeth Pozo

## Financiamiento

Para el financiamiento del negocio se va a realizar un préstamo a una institución financiera después de realizar algunas cotizaciones del interés la más conveniente es en una de las sucursales de la cooperativa Tulcán ubicada en Sangolquí, su interés es del 21% para los emprendimientos.

*Tabla 9 Financiamiento*

FINANCIAMIENTO	
Definición	Presupuesto
Crédito	20.000,00
Interés	13.060,00
Duración / Años	5

**Elaborado por:** Lizbeth Pozo

## El TIR Tasa Interna de Retorno

La tasa interna de retorno conocida como TIR, es un indicador financiero muy parecido al valor actual neto también conocido como VAN, pero una de las diferencias es que este no es un indicador de valor sino de rentabilidad. (ESAN, 2017)

Entonces podemos decir que la tasa interna de retorno nos demuestra que el porcentaje de la rentabilidad se lograra obtener a través de las inversiones.

*Tabla 10 TIR/ VAN*

	1	2	3	4	5
<b>VAN 10%</b>	8044,52	13200,20	14520,00	15010,23	16080,25

Inversión Inicial 20000,00

**VAN 10%** 35764,72

**TIR** 25,55%

**Elaborado por:** Lizbeth Pozo

## **CAPITULO 5**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

- En conclusión, puedo decir que después de realizar un estudio de mercado a través de una encuesta se obtuvo que hay un 97% de oferta y demanda de una pastelería boutique.
- También es importante tomar en cuenta, que el plan de negocios realizado en este estudio nos ayuda a detectar la oportunidad de emprender con un negocio personalizado en lo que se refiere al gusto de cada cliente.
- Además, el presente estudio me ayudo a cumplir mis sueños de ser independiente, con mi negocio y poner en práctica todo lo aprendido en esta extraordinaria carrera de la gastronomía, me encuentro con un desafío de que si uno se propone algo se lo puede conseguir.

### **RECOMENDACIONES**

- Se puede recomendar que es necesario tener manuales de procesos en el negocio como un hábito diario, para el buen funcionamiento y así se lograremos un peldaño al éxito.
- Es importante el personal en un negocio, la capacitación y motivación tiene que ser indispensable ya que así se conseguirá mayores resultados tanto en producción como en venta de nuestros productos.
- Para finalizar, hay que destacar que luego del análisis financiero con datos recolectados por vivencias de personas que tiene negocios, en el área de la pastelería, y luego de efectuar las proyecciones se logró destacar que el proyecto es rentable por sus ganancias.

## CAPITULO 6

### BIBLIOGRAFIA

- Morante Asesores. (28 de Noviembre de 2016). *¿Por qué es importante el marketing en una empresa?* Obtenido de <https://www.moranteasesores.es/importante-marketing-una-empresa/>
- Angel, B. I. (26 de Enero de 2021). *PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE*. Obtenido de Universidad señor de Sipán :  
<https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/7628/Irureta%20Villegas%20Miguel%20Angel.pdf?sequence=1>
- Angel, I. V. (2018). *PLAN DE NEGOCIOS* . Obtenido de Plan de negocios para la creación de una pastelería :  
<https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/7628/Irureta%20Villegas%20Miguel%20Angel.pdf?sequence=1>
- Bejarano, D. G. (14 de Noviembre de 2002). *Registro oficial organo del gobierno del Ecuador pdf*. Obtenido de <https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/06/DECRETO-3253.pdf>
- Blog de gastronomía. (4 de Noviembre de 2021). *La gastronomía francesa: Patrimonio inmaterial de la humanidad*. Obtenido de Blog ESAH:  
<https://www.estudiahosteleria.com/blog/gastronomia/gastronomia-francesa>
- Brand. (12 de Agosto de 2014). *La influencia de las pastelerías boutique*. Obtenido de <https://www.directoalpaladar.com/heliosesvida/las-once-pastelerias-mas-famosas-del-mundo>
- CETYS. (22 de Abril de 2021). *Responsabilidad del área financiera de una empresa*. Obtenido de <https://www.cetys.mx/educon/responsabilidad-del-area-financiera-de-una-empresa/#:~:text=Cuando%20mencionamos%20el%20C3%A1rea%20financiera,las%20responsabilidades%20econ%20micas%20de%20ella>.
- CEUPE. (5 de Febrero de 2019). *¿Qué es la estructura financiera de la empresa?* Obtenido de <https://www.ceupe.com/blog/que-es-la-estructura-financiera-de-la-empresa.html?dt=1655790488103>
- Congreso Nacional. (11 de agosto de 2021). *Lay orgánica del sistema nacional de salud*. Obtenido de [https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2021-08/Documento\\_Ley%20Org%C3%A1nica%20del%20Sistema%20Nacional%20de%20Salud.pdf](https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2021-08/Documento_Ley%20Org%C3%A1nica%20del%20Sistema%20Nacional%20de%20Salud.pdf)
- Diario de la Gastronomía. (28 de Diciembre de 2014). *DULCE HISTORIA DE LA PASTELERÍA*. Obtenido de *DULCE HISTORIA DE LA PASTELERÍA*: <https://diariodegastronomia.com/la-dulce-historia-de-la-pasteleria/>
- Diccionario. (24 de abril de 2020). *Diccionario Gastronómico* . Obtenido de <https://www.significados.com/gourmet/>

- EALDE. (14 de Febrero de 2019). *Dirección general* . Obtenido de Características, componentes y objetivos del Plan de Negocio: <https://www.ealde.es/caracteristicas-componentes-objetivos-plan-de-negocio/#:~:text=Un%20plan%20de%20negocio%20presenta,la%20viabilidad%20econ%C3%B3mica%20del%20proyecto.>
- Empresa . (19 de abril de 2005). *La empresa y su organización* . Obtenido de <https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448199359.pdf>
- Empresarial. (28 de Mayo de 2015). *Estrategias de las pastelerías boutique*. Obtenido de Estrategias de las pastelerías boutique: <https://plusempresarial.com/abre-una-pasteleria-boutique/>
- Enciclopedia de la Pastelería. (22 de Agosto de 2021). *Origen e historia de la pastelería*. Recuperado el 12 de 04 de 2022, de Origen e historia de la pastelería: <https://pasteleriaramos.com/origen-e-historia-de-la-pasteleria/>
- ESAN. (24 de Enero de 2017). *Un indicador clave de rentabilidad: la tasa interna de retorno (TIR)*. Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/un-indicador-clave-de-rentabilidad-la-tasa-interna-de-retorno-tir>
- García, F. A. (2015). Comercialización de ofertas de pastelería. En F. A. García, *Tendencias* (pág. 121). España: ELEARNING S.L.
- Gob.ec. (28 de Febrero de 2020). *Ley orgánica* . Obtenido de <https://www.gob.ec/regulaciones/ley-organica-empredimiento-innovacion>
- Gourmet. (2022). EL ORIGEN DE LA PASTELERÍA. *Gourmet*, 1.
- Herrera, J. F. (24 de julio de 2020). *Teoría de Fayol, funciones y principios de administración*. Obtenido de <https://www.leanconstructionmexico.com.mx/post/teor%C3%ADa-de-fayol-funciones-y-principios-de-administraci%C3%B3n>
- ISO. (5 de mayo de 2020). *¿Qué es el modelo de las 5 fuerzas de Porter? Y ¿Cómo se realiza un análisis competitivo con este modelo?* Obtenido de <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2020/05/que-es-el-modelo-de-las-5-fuerzas-de-porter-y-como-se-realiza-un-analisis-competitivo-con-este-modelo/#:~:text=Fuerza%201%3A%20Entrada%20potencial%20de,de%20Negociaci%C3%B3n%20de%20los%20Proveedores.&text=Fuerza>
- Jalisea. (17 de abril de 2020). *Historía de la pastelería*. Obtenido de Historia de la pastelería: <https://reposteriajalise.com/historia-de-la-pasteleria/>
- López, J. (24 de Noviembre de 2015). *La Pastelería Clásica Francesa*. Obtenido de La Pastelería Clásica Francesa: <https://prezi.com/5w9mibikzszm/la-pasteleria-clasica-francesa/>
- MDG. (23 de Febrero de 2022). *Portal único de trámites ciudadanos* . Obtenido de Portal único de trámites ciudadanos : <https://www.gob.ec/mdg/tramites/emision-permisos-funcionamiento-establecimientos-categoria-6-tiendas-naturistas-tiendas-frigorificos-locales-venta-legumbres-frutas-abacerias-quioscos-abarrotes-micromercados-establecimientos-gasolineras>
- MINTUR. (8 de Enero de 2018). *Ecuador y emprendimientos*. Obtenido de [https://unctad.org/system/files/official-document/epf\\_npd02\\_Ecuador\\_es.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/epf_npd02_Ecuador_es.pdf)

- Miracielo-Marco. (11 de Abril de 2016). *Activos Fijos*. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/3340/1/UPS-QT01713%20pdf>.
- MSP. (7 de Junio de 2009). *Ley orgánica del consumidor* . Obtenido de <https://www.dpe.gob.ec/wp-content/dpetransparencia2012/literala/BaseLegalQueRigeLaInstitucion/LeyOrganicadelConsumidor.pdf>
- O'Mahony, M. (15 de Enero de 2022). *Capital intangible, productividad y mercados laborales*. Obtenido de <https://www.bbvaopenmind.com/articulos/capital-intangible-productividad-y-mercados-laborales/#:~:text=La%20inversi%C3%B3n%20en%20activos%20intangibles,la%20%2ABeconom%C3%ADa%20del%20conocimiento%20BB>.
- Pérez, A. (26 de Abril de 2021). *OBS Business School* . Obtenido de Análisis externo e interno de una empresa: <https://www.obsbusiness.school/blog/analisis-externo-de-una-empresa-formas-de-plantearlo>
- Raeburn, A. (1 de Julio de 2021). *Análisis FODA: qué es y cómo usarlo (con ejemplos)*. Obtenido de <https://asana.com/es/resources/swot-analysis>
- RICARDO, L. M. (17 de junio de 2020). *A LA CREACIÓN DE UNA PASTELERÍA*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/49535/1/BINGQ-GS-20P21.pdf>
- Santander Universidades. (13 de Enero de 2022). *Misión, visión y valores de una empresa: qué son y cómo definirlos*. Obtenido de <https://www.becas-santander.com/es/blog/mision-vision-y-valores.html#:~:text=Es%20com%C3%BAn%20confundir%20la%20misi%C3%B3n,a%20medio%20y%20largo%20plazo>.
- Silva, C. S. (Mayo de 2015). *Formulación de un plan de negocios*. Obtenido de <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/771/1/T-UIDE-0702.pdf>
- Sociedad. (21 de septiembre de 2020). *SE GENERA PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO PARA APOYAR A LOS EMPRENDEDORES*. Obtenido de <https://informateypunto.com/2020/09/21/se-genera-permisos-de-funcionamiento-para-apoyar-a-los-emprendedores/>
- Tecnoalbura. (22 de Marzo de 2006). *Descripcion\_de\_instalaciones\_y\_equipos.pdf*. Obtenido de [http://www.tecnoalbura.net/material/Manual\\_desglosado/4.Descripcion\\_de\\_instalaciones\\_y\\_equipos.pdf](http://www.tecnoalbura.net/material/Manual_desglosado/4.Descripcion_de_instalaciones_y_equipos.pdf)
- Westreicher, G. (2022). *Economipedia* . Obtenido de La encuesta: <https://economipedia.com/definiciones/encuesta.html>

## ANEXOS





## ANEXOS DEL MANUAL DE ESTILO



### MANUAL DE ESTILO ESCUELA DE GASTRONOMÍA 2021

Manual de estilo  
Escuela de Gastronomía Universidad Internacional del Ecuador 2021  
Este manual ha sido trabajado por la coordinación académica de la escuela de Gastronomía de la UIDE.  
Pregrado: MEd. Pablo Analuiza (Docente - Magister en Educación - Ingeniero en gastronomía)  
Coordinación de Escuela: MBA. Galo Sánchez (Coordinador de Escuela)

[uide.edu.ec](http://uide.edu.ec)

#### PRESENTACIÓN

##### ¿Qué es un trabajo de titulación de pregrado?

Consiste en un trabajo de investigación sobre un tema o área abordado en la carrera, con la tutorización de un Docente experto en el área. Ese tema puede ser realmente novedoso, original, o incipiente (si bien es deseable). El trabajo de titulación de pregrado se basa en cumplir con tres o cuatro objetivos específicos y dar respuesta a la pregunta de investigación o pregunta problema. La mayoría de trabajo de titulación de pregrado son de tipo descriptivo.

El manual de estilo es un instrumento que facilitará la redacción académica de trabajos de titulación de pregrado de la escuela de Gastronomía UIDE, ya que establece normas que los autores deben seguir para la generación y presentación de textos relacionados con propuestas de investigación.

Esta guía académica será de gran ayuda para los Estudiantes y Directores de trabajos académicos, ya que ilustra de manera clara y precisa como ajustar los manuscritos a condiciones técnicas para su redacción, cita y organización de contenidos de acuerdo con las exigencias de cada programa de tercer nivel.

Para iniciar se describen las líneas de investigación que asume la carrera, con la finalidad de conocer los diversos espacios que pueden ser considerados en una propuesta, así mismo se da a conocer el formato general para la presentación de trabajos de titulación, donde se describen uno a uno con sus particularidades los componentes que debe tener el documentofísico y digital que será presentado en la predefensa y defensa de su titulación.

Finalmente se describen algunas orientaciones de redacción académica, que parten con el uso de la normativa APA6 utilizada por la UIDE en todos los procesos investigativos, donde se da a conocer el manejo de citas a través de ejemplos que ilustran su uso y aplicación en diversos documentos, de la misma manera se presentan algunos conectores textuales para dar secuencia lógica a un texto, entre otras estrategias que harán de este proceso de creación un espacio de autoaprendizaje y calidad.

#### LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN LICENCIATURA EN GASTRONOMÍA

Corresponden a los ejes temáticos interdisciplinarios que confluyen en actividades de investigación sobre un campo o temática de estudio, de acuerdo con lo mencionado que son:

- Metodológica
- Tecnológica
- Proyecto o estudio técnico
- Emprendimiento
- Proyecto de Investigación
- Proyecto Integrador

## FICHA DE VALORACIÓN DE ESPECIALISTAS

Título de la Propuesta:

---

### 1. Datos Personales del Especialista

Nombres y apellidos:

Grado Académico:

Experiencia en el área:

### 2. Autovaloración del especialista

Marcar con un “x”

Fuentes de argumentación de los conocimientos sobre el tema	10	5	0
Conocimientos teóricos sobre la propuesta.			
Experiencias en el trabajo profesional relacionadas la propuesto.			
Referencias de propuestas similares en otros contextos. (Otros que se requiera de acuerdo con la particularidad de cada trabajo)			
TOTAL			
Observaciones:			

### 3. Valoración de la propuesta (ejemplo – tomar de 2 especialistas)

Marca “x”

Criterios	MA	BA	A	PA	I
Estructura de la propuesta					
Claridad de la redacción (lenguaje sencillo)					
Pertinencia del contenido de la propuesta					
Coherencia entre el objetivo planteado e indicadores para medir resultados esperados					
Otros que quieran ser puestos a consideración del especialista					
Observaciones:					

**MA:** Muy aceptable **BA:** Bastante aceptable **A:** Aceptable **PA:** Poco Aceptable **I:** Inaceptable